



คู่มือการปฏิบัติงานหลัก

เรื่อง กระบวนการออกแบบและผลิตสื่อป้ายไวเนล

ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ Adobe Illustrator

เพื่อเผยแพร่บนจุดติดตั้งป้าย

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

จัดทำโดย นางสาวอาพัชรี ศิรินาโพธิ์

ตำแหน่ง นักประชาสัมพันธ์

สังกัด กองประชาสัมพันธ์

สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

คู่มือการปฏิบัติงานหลัก

เรื่อง กระบวนการออกแบบและผลิตสื่อป้ายไวเนล

ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ Adobe Illustrator

เพื่อเผยแพร่บนจุดติดตั้งป้าย

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

จัดทำโดย นางสาวอาพัชรี ศิรินาโพธิ์

ตำแหน่ง นักประชาสัมพันธ์

สังกัด กองประชาสัมพันธ์

สำนักงานอธิการบดี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

ตรวจสอบการจัดทำ ครั้งที่ ๑

(นายณริศ กำแพงแก้ว)

รักษาการในตำแหน่งผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์

วันที่ ๓๐ เดือนกรกฎาคม พุทธศักราช ๒๕๖๖

คำนำ

คู่มือปฏิบัติงานหลักเล่มนี้ จัดทำตามประกาศ ก.พ.อ. เรื่องหลักเกณฑ์วิธีการ และเงื่อนไขการทำสัญญาจ้างและการต่อสัญญาจ้างของพนักงานในสถาบันอุดมศึกษา สังกัดมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา พ.ศ. ๒๕๖๐ ซึ่งเป็นเอกสารแสดงเส้นทางการปฏิบัติงานหลักตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ ซึ่งระบุขั้นตอนการดำเนินการต่างๆ โดยคู่มือการปฏิบัติงานหลักมีความสำคัญอย่างยิ่งในการปฏิบัติงาน เพื่อช่วยให้หน่วยงานมีคู่มือไว้ใช้ในการปฏิบัติงาน และช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานใหม่สามารถศึกษางานได้อย่างรวดเร็ว ทำให้งานของหน่วยงานมีระบบการจัดการที่ดีและมีประสิทธิภาพมากขึ้นจากคู่มือปฏิบัติงานหลักเล่มนี้ วัตถุประสงค์ของการจัดทำคู่มือปฏิบัติงานหลักเกี่ยวกับการออกแบบและผลิตสื่อป้ายไวเนล ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ Adobe Illustrator เพื่อเผยแพร่บนจุดติดตั้งป้ายภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ของกลุ่มงานบริหารและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ กองประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา และผู้ปฏิบัติงานที่ได้รับหน้าที่ในการจัดตกแต่งสถานที่และจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์งานต่างๆ ของมหาวิทยาลัย เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานทราบถึงขั้นตอนและวิธีการปฏิบัติงาน หรือสามารถปฏิบัติงานทดแทนกันได้ เนื่องจากการปฏิบัติงานทางด้านการออกแบบกราฟิกจากโปรแกรม Adobe Illustrator ต้องใช้เทคนิควิธีการปฏิบัติงาน แนวคิดและมุมมองที่ซับซ้อน ที่มีความละเอียดรอบคอบ ความถูกต้องในการปฏิบัติงาน

อนึ่งคู่มือการปฏิบัติงานหลักเล่มนี้ ผู้จัดทำได้รวบรวมจากองค์ความรู้ต่างๆ ตามหลักวิชาการ การออกแบบ และประสบการณ์ตรงที่สั่งสมจากการปฏิบัติงาน พร้อมทั้งได้มีการตรวจสอบจากหัวหน้าหน่วยงาน ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและได้ปรับปรุง แก้ไข ตรวจสอบ ในการจัดทำมาแล้ว

สุดท้ายนี้ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ให้ความรู้ คำแนะนำด้วยดีตลอดมา และขอขอบคุณ กองประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เป็นอย่างยิ่ง ที่สนับสนุนและส่งเสริมให้มีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานหลักเล่มนี้ขึ้นมา โดยเฉพาะผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์ หัวหน้างานบริหารและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ และบุคลากรในหน่วยงานทุกท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีเสมอมา จนทำให้คู่มือฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดีและก่อให้เกิดประโยชน์ต่อมหาวิทยาลัยอย่างสูงสุด

นางสาวอาพัชรี ศิรินาโพธิ์

ผู้จัดทำ

๓๐ กรกฎาคม ๒๕๖๖

สารบัญ

หน้า

คำนำ.....	ก
สารบัญ.....	ข
สารบัญภาพ.....	ง
ส่วนที่ ๑	๑
ประวัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.....	๒
ตราสัญลักษณ์.....	๓
สีประจำมหาวิทยาลัย.....	๔
ต้นไม้ประจำมหาวิทยาลัย	๔
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ประกอบด้วย ๖ เขตพื้นที่ คือ.....	๖
๑. ศูนย์กลาง เชียงใหม่.....	๖
๒. พื้นที่ตาก.....	๖
๓. พื้นที่น่าน.....	๖
๔. พื้นที่ลำปาง.....	๖
๕. พื้นที่เชียงราย.....	๗
๖. พื้นที่พิษณุโลก.....	๗
คณะ และวิทยาลัย	๗
หน่วยงานสนับสนุนการจัดการศึกษา.....	๘
ส่วนที่ ๒	๑๐
บริบทของกองประชาสัมพันธ์.....	๑๐
โครงสร้างองค์กรและโครงสร้างการบริหารจัดการ/แผนภูมิการแบ่งส่วนงาน	๑๑
โครงสร้างการบริหารจัดการ.....	๑๒
วิสัยทัศน์ พันธกิจ นโยบาย วัตถุประสงค์/ภารกิจ และเป้าหมายของวัตถุประสงค์/ภารกิจของ หน่วยงาน.....	๑๓
ส่วนที่ ๓	๑๔
ขั้นตอนการปฏิบัติงาน กระบวนการออกและผลิตสื่อป้ายไวเนล	๑๕
แผนภูมิสายงาน (Flowchart) กระบวนการออกและผลิตสื่อป้ายไวเนล ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ Adobe Illustrator เพื่อเผยแพร่บนจุดติดตั้งป้ายภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.....	๑๕

สารบัญ(ต่อ)

กระบวนการออกและผลิตสื่อป้ายไวเนล ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ Adobe Illustrator เพื่อเผยแพร่ บนจุดติดตั้งป้ายภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลล้านนา	๑๗
ขั้นตอนที่ ๑ การรับมอบหมายงานออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	๑๗
ขั้นตอนที่ ๒ รวบรวมข้อมูลประกอบการออกแบบ.....	๒๑
ขั้นตอนที่ ๓ วิเคราะห์ข้อมูล (Analysis) และคิดรูปแบบหลักในการออกแบบ (Theme).....	๓๒
๑. การคิดอย่างเป็นขั้นตอน (Linear Reasoning).....	๓๒
๒. แปลงค่าข้อมูลดิบ (Raw Data) ให้เป็นผลลัพธ์ข้อมูลสารสนเทศ (Information) ที่เป็นคำสำคัญ	๓๓
๓. ลดทอนข้อมูล (Data Reduction) ให้ลดน้อยลง สื่อข้อมูลให้เป็นข้อสรุปที่เข้าใจได้ง่าย	๓๙
๔. ตีความหมายจากคำสำคัญออกมาเป็นภาพและสรุปรูปแบบหลักของงาน (Theme).....	๔๐
๕. ออกแบบร่าง (Preliminary Design) จากรูปแบบหลัก	๔๑
ขั้นตอนที่ ๔ ออกแบบป้ายไวเนล ด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator	๔๓
๑. หลักการออกแบบกราฟิก (Graphic Design Principles).....	๔๓
๒. การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทป้ายไวเนล	๗๔
๓. กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้องในงานออกแบบ.....	๘๒
๔. จุดติดตั้งป้ายไวเนลประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา	๘๘
๕. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับโปรแกรม Adobe Illustrator	๙๔
๖. ขั้นตอนการออกแบบป้ายไวเนลในโปรแกรม Adobe llustrator	๑๐๕
ขั้นตอนที่ ๕ การส่งออกไฟล์งาน(Export file).....	๑๑๗
๑. การส่งออกไฟล์ (Export File).....	๑๑๗
๒. การส่งออกไฟล์งานออกแบบ (Export File) สำหรับสำหรับนำเสนองาน.....	๑๑๗
๓. การส่งออกไฟล์งานออกแบบ (Export File) สำหรับงานพิมพ์ป้ายไวเนล.....	๑๑๙
ขั้นตอนที่ ๖ การตรวจสอบ.....	๑๒๖
๑. ส่งไฟล์งานให้เพื่อนร่วมงานและผู้เกี่ยวข้องตรวจสอบ	๑๒๖
๒. นำเสนองานต่อผู้บังคับบัญชาตรวจสอบ	๑๒๖
๓. ตรวจสอบการได้รับอนุมัติโครงการ.....	๑๒๖
๔. ตรวจสอบรายงานขอซื้อวัสดุ/จ้าง และใบสั่งจ้าง.....	๑๒๖

สารบัญ(ต่อ)

ขั้นตอนที่ ๗ ส่งงานผลิต (Print)	๑๒๙
๑. ส่งไฟล์งานให้โรงพิมพ์.....	๑๒๙
๒. ตรวจสอบไฟล์งานที่จะผลิตก่อนผลิตจริงกับโรงพิมพ์ป้าย.....	๑๒๙
๓. ตรวจสอบงานพิมพ์หลังการผลิต.....	๑๓๐
ขั้นตอนที่ ๘ การเผยแพร่.....	๑๓๒
๑. ประสานช่างผู้ติดตั้งป้าย.....	๑๓๒
๒. กำหนดวันติดตั้งป้าย.....	๑๓๒
๓. ควบคุมการติดตั้งป้าย.....	๑๓๒
บรรณานุกรม.....	๑๓๖
ประวัติผู้เขียน.....	๑๓๗

สารบัญญภาพ

	หน้า
ภาพประกอบที่ ๑ ตราสัญลักษณ์ การออกแบบตราราชมงกุฎ	๓
ภาพประกอบที่ ๒ กลุ่มสีน้ำตาลทอง	๔
ภาพประกอบที่ ๓ ต้นดอกปีปและดอกปีป	๔
ภาพประกอบที่ ๔ แผนที่ที่ตั้งของเขตพื้นที่ มทร.ล้านนา แต่ละจังหวัดในประเทศไทย	๕
ภาพประกอบที่ ๕ บุคลากรฝ่ายสนับสนุนการจัดการศึกษา	๘
ภาพประกอบที่ ๖ ผังโครงสร้างการบริหารงาน มทร.ล้านนา	๙
ภาพประกอบที่ ๗ ผังโครงสร้างองค์กร	๑๑
ภาพประกอบที่ ๘ ผังโครงสร้างการบริหารงานของกองประชาสัมพันธ์	๑๒
ภาพประกอบที่ ๙ ตัวอย่างหนังสือขอความอนุเคราะห์ออกแบบรูปเล่มคู่มือการประกันคุณภาพการศึกษา-มทร.ล้านนา	๑๙
ภาพประกอบที่ ๑๐ ตัวอย่างการค้นหางานออกแบบป้ายไวเนล	๒๓
ภาพประกอบที่ ๑๑ ตัวอย่างงานออกแบบป้ายงาน Open House ที่มีการเผยแพร่แล้วขององค์กรอื่นๆ	๒๕
ภาพประกอบที่ ๑๒ ตัวอย่างงานออกแบบเดิมที่เคยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของงาน Open House ๒๐๑๙ ของ มทร.ล้านนา	๒๖
ภาพประกอบที่ ๑๓ ภาพตัวอย่างงานออกแบบป้ายที่ใช้ภาพจริงประกอบงาน Open House ๒๐๑๙ ของ มทร.ล้านนา	๒๗
ภาพประกอบที่ ๑๔ ตัวอย่างภาพจริงที่ใช้ประกอบในงานออกแบบป้ายงาน Open House ๒๐๑๙ ของ มทร.ล้านนา	๒๘
ภาพประกอบที่ ๑๕ ตัวอย่างภาพกราฟิกที่ใช้ประกอบในงานออกแบบป้าย Open House ๒๐๒๒	๒๙
ภาพประกอบที่ ๑๖ ตัวอย่างภาพกรอบแนวคิดที่ได้จากรูปแบบการคิดอย่างเป็นขั้นตอน (Linear Reasoning)	๓๓
ภาพประกอบที่ ๑๗ ตัวอย่างภาพการใช้สื่อโซเชียลมีเดียของคนไทยในปี ๒๐๒๓	๓๗
ภาพประกอบที่ ๑๘ ตัวอย่างภาพกราฟการใช้สื่อโซเชียลมีเดียของคนไทยแต่ละช่วงอายุ	๓๘
ภาพประกอบที่ ๑๙ ตัวอย่างภาพกราฟวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อโซเชียลมีเดียของคนไทย	๓๘
ภาพประกอบที่ ๒๐ ตัวอย่างภาพกราฟการใช้สื่อโซเชียลมีเดียในแพลตฟอร์มต่างๆ	๓๙
ภาพประกอบที่ ๒๑ ตัวอย่างภาพการออกแบบแบบร่างแรกด้วยมือเปล่า	๔๑
ภาพประกอบที่ ๒๒ ตัวอย่างภาพของจุดที่เรียงต่อกันจนกลายเป็นรูปต่างๆ	๔๔
ภาพประกอบที่ ๒๓ ตัวอย่างภาพลักษณะเส้นแบบต่างๆ ที่ให้อารมณ์และความรู้สึกแตกต่างกัน	๔๕

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพประกอบที่ ๒๔	ตัวอย่างภาพรูปร่างลักษณะต่างๆ	๔๖
ภาพประกอบที่ ๒๕	ตัวอย่างภาพรูปทรงลักษณะต่างๆ	๔๖
ภาพประกอบที่ ๒๖	ตัวอย่างภาพรูปทรงลักษณะต่างๆ	๔๗
ภาพประกอบที่ ๒๗	ตัวอย่างภาพพื้นผิวที่มันวาวจะทำให้รู้สึกว่ามีค่า มากกว่าพื้นผิว ขรุขระจะทำให้รู้สึกถึงความเก่าและพื้นผิวแบบขนสัตว์ทำให้ รู้สึกนุ่มและอบอุ่น	๔๗
ภาพประกอบที่ ๒๘	ตัวอย่างภาพที่แสดงให้เห็นถึงที่ว่างในภาพ	๔๘
ภาพประกอบที่ ๒๙	ตัวอย่างภาพสี RGB	๔๙
ภาพประกอบที่ ๓๐	ตัวอย่างภาพสี CMYK	๔๙
ภาพประกอบที่ ๓๑	ตัวอย่างภาพที่สื่อถึงความรู้สึกจากสีของภาพ	๕๐
ภาพประกอบที่ ๓๒	ตัวอย่างภาพการแบ่งโทนของสีวรรณะร้อนและสีวรรณะเย็น	๕๐
ภาพประกอบที่ ๓๓	ตัวอย่างภาพวงล้อสี	๕๑
ภาพประกอบที่ ๓๔	ตัวอย่างภาพวงล้อสีเอกรงค์	๕๑
ภาพประกอบที่ ๓๕	ตัวอย่างภาพวงล้อสีคู่ตรงข้าม	๕๑
ภาพประกอบที่ ๓๖	ตัวอย่างภาพวงล้อสีสามเหลี่ยมด้านเท่า	๕๒
ภาพประกอบที่ ๓๗	ตัวอย่างภาพวงล้อสีใกล้เคียง	๕๒
ภาพประกอบที่ ๓๘	ตัวอย่างภาพการดูรหัสค่าสีจากเว็บไซต์วงล้อสีสำเร็จรูป	๕๓
ภาพประกอบที่ ๓๙	ตัวอย่างภาพการดูรหัสสีจากเว็บไซต์วงล้อสีสำเร็จรูป	๕๓
ภาพประกอบที่ ๔๐	ตัวอย่างภาพการใช้ตัวหนังสือที่ต่างกันในปีนิต์ต้อนรับ นักศึกษา	๕๕
ภาพประกอบที่ ๔๑	ตัวอย่างภาพตัวอักษรแบบเซريف	๕๕
ภาพประกอบที่ ๔๒	ตัวอย่างภาพตัวอักษรแบบซานส์เซريف	๕๖
ภาพประกอบที่ ๔๓	ตัวอย่างภาพตัวอักษรไทยแบบที่มีหัวและไม่มีหัว	๕๖
ภาพประกอบที่ ๔๔	ตัวอย่างภาพตัวอักษรเลียนแบบลายมือทั้งภาษาไทยและ อังกฤษ	๕๗
ภาพประกอบที่ ๔๕	ตัวอย่างภาพตัวอักษรประดิษฐ์ทั้งภาษาไทยและอังกฤษ	๕๗
ภาพประกอบที่ ๔๖	ตัวอย่างภาพตัวอักษรรูปแบบต่างๆ	
ภาพประกอบที่ ๔๗	ตัวอย่างภาพตัวอักษรรูปแบบต่างๆ ในกลุ่มพิเศษ	๕๘
ภาพประกอบที่ ๔๘	ตัวอย่างภาพขนาดของตัวอักษร	๕๘
ภาพประกอบที่ ๔๙	ตัวอย่างภาพการวางตำแหน่งฟอนต์	๕๙
ภาพประกอบที่ ๕๐	ตัวอย่างภาพการออกแบบป้ายแสดงความยินดีกับบัณฑิต	๖๐
ภาพประกอบที่ ๕๑	ตัวอย่างภาพการออกแบบขั้นตอนการถ่ายภาพจากมือถือ	๖๐
ภาพประกอบที่ ๕๒	ตัวอย่างภาพจริงที่ถ่ายดอกไม้จากกล้องถ่ายภาพ	๖๑
ภาพประกอบที่ ๕๓	ตัวอย่างลักษณะข้อแตกต่างของภาพ bitmap & Vector	๖๒

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพประกอบที่ ๕๔ ตัวอย่างการใช้โหมดสี RGB บนหน้าจอแบบโหมด CMYK และสี Grayscale ที่มองผ่านหน้าจอ	๖๔
ภาพประกอบที่ ๕๕ ตัวอย่างภาพการจัดองค์ประกอบป้าย PR อาสา รุ่นที่ ๓	๖๕
ภาพประกอบที่ ๕๖ ตัวอย่างภาพงานออกแบบกำหนดการโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมที่ใช้รูปแบบจังหวะการจัดวางซ้ำๆ ของขนาดภาพตัวอักษร และการใช้ช่องไฟ	๖๖
ภาพประกอบที่ ๕๗ ตัวอย่างงานออกแบบที่ใช้ความขัดแย้งกันของสีมาทำให้งานมีความน่าสนใจและโดดเด่นแยกออกจากฉากหลังอย่างเห็นได้ชัด	๖๖
ภาพประกอบที่ ๕๘ ตัวอย่างงานออกแบบที่ใช้ความสอดคล้องของสีมาเป็นหลักในการออกแบบที่จะทำให้งานนั้นมีความกลมกลืนดูแล้วสบายตา	๖๗
ภาพประกอบที่ ๕๙ ตัวอย่างภาพการออกแบบป้ายแบนเนอร์ประชาสัมพันธ์งานโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการแบบการจัดเรียงตำแหน่งองค์ประกอบที่อ่านจากซ้ายไปขวา	๖๗
ภาพประกอบที่ ๖๐ ตัวอย่างภาพงานออกแบบที่แบ่งสัดส่วนงานอย่างชัดเจน	๖๘
ภาพประกอบที่ ๖๑ ตัวอย่างภาพงานออกแบบที่ใช้การจัดวางองค์ประกอบแบบรวมกลุ่มของภาพผักและผลไม้	๖๘
ภาพประกอบที่ ๖๒ ตัวอย่างภาพป้ายประชาสัมพันธ์งานกีฬา ๙ ราชมงคล	๖๙
ภาพประกอบที่ ๖๓ ตัวอย่างภาพการออกแบบป้ายแบบสมดุลจริงจากวัตถุที่วางเท่าๆ กัน	๖๙
ภาพประกอบที่ ๖๔ ตัวอย่างภาพการออกแบบป้ายแบบสมดุลด้วยน้ำหนัก	๗๐
ภาพประกอบที่ ๖๕ ตัวอย่างภาพงานออกแบบที่จัดองค์ประกอบแบบเน้นจุดสนใจ	๗๐
ภาพประกอบที่ ๖๖ ตัวอย่างภาพการคำนวณที่ตรงกับอัตราส่วน Golden Ratio	๗๑
ภาพประกอบที่ ๖๗ ตัวอย่างภาพการใช้สัดส่วนทองคำ	๗๒
ภาพประกอบที่ ๖๘ ตัวอย่างภาพการใช้กรอบภาพ เสริมให้ภาพโดดเด่นขึ้น	๗๒
ภาพประกอบที่ ๖๙ ตัวอย่างภาพการใช้จุดตัวเก๋าช่อง เสริมให้ภาพโดดเด่นขึ้น	๗๓
ภาพประกอบที่ ๗๐ ตัวอย่างภาพสื่อสิ่งพิมพ์หลากหลายประเภท	๗๔
ภาพประกอบที่ ๗๑ ตัวอย่างภาพไวเนลชนิดต่างๆ	๗๕
ภาพประกอบที่ ๗๒ ตัวอย่างภาพการพิมพ์ระบบอิงค์เจ็ท	๗๗
ภาพประกอบที่ ๗๓ ตัวอย่างภาพป้ายบิลบอร์ด	๗๗
ภาพประกอบที่ ๗๔ ตัวอย่างภาพป้ายฉากหลัง	๗๘
ภาพประกอบที่ ๗๕ ตัวอย่างภาพป้ายกองโจร	๗๘
ภาพประกอบที่ ๗๖ ตัวอย่างภาพป้ายธงญี่ปุ่น	๗๙
ภาพประกอบที่ ๗๗ ตัวอย่างภาพป้ายอิเล็กทรอนิกส์	๘๐
ภาพประกอบที่ ๗๘ ตัวอย่างภาพป้ายโรลอัพ	๘๐
ภาพประกอบที่ ๗๙ ตัวอย่างภาพป้ายไวเนลทั่วไป	๘๑
ภาพประกอบที่ ๘๐ ตัวอย่างภาพสัญลักษณ์ Creative Commons	๘๕

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพประกอบที่ ๘๑ ตัวอย่างภาพอินโฟกราฟิกอธิบาย Creative Commons ที่เข้าใจง่าย	๘๗
ภาพประกอบที่ ๘๒ ภาพจุดติดตั้งป้ายไวเน็ตลพื้นที่ ลำปาง	๘๙
ภาพประกอบที่ ๘๓ ภาพจุดติดตั้งป้ายไวเน็ตลพื้นที่ เชียงราย	๘๙
ภาพประกอบที่ ๘๔ ภาพจุดติดตั้งป้ายไวเน็ตลพื้นที่ พิษณุโลก	๙๐
ภาพประกอบที่ ๘๕ ภาพจุดติดตั้งป้ายไวเน็ตลพื้นที่ น่าน	๙๐
ภาพประกอบที่ ๘๖ ภาพจุดติดตั้งป้ายไวเน็ตลพื้นที่ ตาก	๙๑
ภาพประกอบที่ ๘๗ ภาพจุดติดตั้งป้ายไวเน็ตลบริเวณด้านหน้า มทร.ล้านนา	๙๑
ภาพประกอบที่ ๘๘ ภาพจุดติดตั้งป้ายไวเน็ตลบริเวณทางเดินเข้าด้านหน้า มทร. ล้านนา	๙๒
ภาพประกอบที่ ๘๙ ภาพจุดติดตั้งป้ายไวเน็ตลบริเวณด้านข้างอาคารสำนักงาน อธิการบดี	๙๒
ภาพประกอบที่ ๙๐ ภาพจุดติดตั้งป้ายไวเน็ตลบริเวณเข้าประตูสาขาสถาปัตยกรรม	๙๓
ภาพประกอบที่ ๙๑ ภาพจุดติดตั้งป้ายไวเน็ตลบริเวณประตูข้างซอยพระนาง	๙๓
ภาพประกอบที่ ๙๒ ภาพจุดติดตั้งป้ายไวเน็ตลฉากหลังเวที	๙๔
ภาพประกอบที่ ๙๓ ภาพหน้าปกโปรแกรม Adobe Illustrator	๙๕
ภาพประกอบที่ ๙๔ ภาพตัวอย่างส่วนประกอบหน้าต่างโปรแกรม Adobe Illustrator ในหน้าแรก	๙๖
ภาพประกอบที่ ๙๕ ภาพตัวอย่างหน้าต่างการตั้งค่าหน้ากระดาษงานใหม่ใน Adobe Illustrator	๙๗
ภาพประกอบที่ ๙๖ ภาพตัวอย่างหน้าต่างการตั้งค่าหน้ากระดาษงานใหม่ใน Adobe Illustrator	๙๗
ภาพประกอบที่ ๙๗ ภาพแถบเมนูคำสั่ง (Menu Bar)	๙๘
ภาพประกอบที่ ๙๘ ภาพแถบตัวเลือก (Control Dock)	๙๙
ภาพประกอบที่ ๙๙ ภาพกล่องเครื่องมือ โปรแกรม Adobe llustrator	๙๙
ภาพประกอบที่ ๑๐๐ ภาพแผงควบคุมการทำงาน (Control Panel)	๑๐๒
ภาพประกอบที่ ๑๐๑ ภาพพื้นที่ทำงาน (Artboard)	๑๐๓
ภาพประกอบที่ ๑๐๒ ภาพแถบชื่อเรื่อง (Title Bar)	๑๐๔
ภาพประกอบที่ ๑๐๓ ภาพการจัดตั้ง แฟ้มงาน (Folder) เพื่อใช้จัดเก็บไฟล์ข้อมูล	๑๐๕
ภาพประกอบที่ ๑๐๔ ภาพตัวอย่างการจัดเก็บไฟล์งาน	๑๐๖
ภาพประกอบที่ ๑๐๕ ภาพ Icon โปรแกรม Adobe llustrator	๑๐๖
ภาพประกอบที่ ๑๐๖ ภาพตัวอย่างการเปิดโปรแกรมจาก Icon ของโปรแกรม Adobe llustratorบนหน้าจอคอมพิวเตอร์	๑๐๗
ภาพประกอบที่ ๑๐๗ ภาพตัวอย่างการตั้งค่าเอกสารงานใหม่	๑๐๗
ภาพประกอบที่ ๑๐๘ ภาพตัวอย่างหน้าต่างพื้นที่การทำงานในโปรแกรม	๑๐๘
ภาพประกอบที่ ๑๐๙ ภาพตัวอย่างการแถบเมนูคำสั่ง	๑๐๘

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพประกอบที่ ๑๑๐	ภาพตัวอย่างการ Save งาน	๑๐๙
ภาพประกอบที่ ๑๑๑	ภาพตัวอย่างการตั้งชื่องานในช่อง File Name	๑๐๙
ภาพประกอบที่ ๑๑๒	ภาพการใช้เครื่องมือ Magic Wand Tool	๑๑๐
ภาพประกอบที่ ๑๑๓	ภาพตัวอย่างการนำเอาข้อมูลที่จำเป็นมารวมไว้ที่พื้นที่ Scratch Area	๑๑๑
ภาพประกอบที่ ๑๑๔	ภาพตัวอย่างการจัดองค์ประกอบบน Artboard	๑๑๒
ภาพประกอบที่ ๑๑๕	ภาพตัวอย่างการย้ายวัตถุและย่อขยายวัตถุ	๑๑๒
ภาพประกอบที่ ๑๑๖	ภาพตัวอย่างการเลือกสีใน Default fill and stroke tool	๑๑๓
ภาพประกอบที่ ๑๑๗	ภาพตัวอย่างการเพิ่มเงาให้วัตถุ	๑๑๓
ภาพประกอบที่ ๑๑๘	ภาพตัวอย่างการไฟล์เว็คเตอร์ได้ด้วยการใช้เครื่องมือ Pent ool สร้างเส้น	๑๑๔
ภาพประกอบที่ ๑๑๙	ภาพตัวอย่างงานป้าย Open House ที่วางลงตัวเรียบร้อย	๑๑๕
ภาพประกอบที่ ๑๒๐	ภาพตัวอย่างคีย์ลัดที่เรียกใช้เครื่องมือใน Tool Box	๑๑๖
ภาพประกอบที่ ๑๒๑	ภาพตัวอย่างการเข้าไปที่ Export As	๑๑๗
ภาพประกอบที่ ๑๒๒	ภาพตัวอย่างการ Export File โดยการเลือกไฟล์ jpeg	๑๑๘
ภาพประกอบที่ ๑๒๓	ภาพตัวอย่างการตั้งค่าไฟล์ jpeg	๑๑๘
ภาพประกอบที่ ๑๒๔	ภาพตัวอย่างการ Export File งานที่ออกแบบสำเร็จแล้วในรูปแบบของ JPEG File	๑๑๙
ภาพประกอบที่ ๑๒๕	ภาพตัวอย่างการ Export File โดยการเลือกไฟล์	๑๒๐
ภาพประกอบที่ ๑๒๖	ภาพตัวอย่างการตั้งค่าการ Export งานที่ออกแบบสำเร็จแล้ว	๑๒๐
ภาพประกอบที่ ๑๒๗	ภาพตัวอย่างการตั้งค่าการ Export งานที่ออกแบบสำเร็จแล้ว	๑๒๐
ภาพประกอบที่ ๑๒๘	ภาพตัวอย่างงานออกแบบที่ Export เป็น TIFF File	๑๒๑
ภาพประกอบที่ ๑๒๙	ภาพตัวอย่างการเปิดไฟล์ TIFF ในโปรแกรม Adobe Photoshop	๑๒๑
ภาพประกอบที่ ๑๓๐	ภาพตัวอย่างการตั้งค่าขนาดของไฟล์งาน TIFF ในโปรแกรม Adobe Photoshop	๑๒๑
ภาพประกอบที่ ๑๓๑	ภาพตัวอย่างการตั้งค่าขนาดของไฟล์งาน TIFF ก่อนส่งพิมพ์	๑๒๒
ภาพประกอบที่ ๑๓๒	ตัวอย่างไฟล์ PDF ที่ประกอบด้วยข้อความและรูปภาพแบบ เฉพาะส่วน	๑๒๓
ภาพประกอบที่ ๑๓๓	ตัวอย่างไฟล์ PDF ที่ประกอบด้วยข้อความและหน้ารูปภาพทั้ง แผ่น	๑๒๓
ภาพประกอบที่ ๑๓๔	ภาพตัวอย่างการ Save File โดยการเลือกไฟล์ PDF File	๑๒๔
ภาพประกอบที่ ๑๓๕	ภาพตัวอย่างการตั้งค่าไฟล์ PDF ใน Save Adobe PDF	๑๒๔
ภาพประกอบที่ ๑๓๖	ภาพตัวอย่างลักษณะของไฟล์ PDF เมื่อบันทึกเรียบร้อยแล้ว	๑๒๕
ภาพประกอบที่ ๑๓๗	ภาพตัวอย่างใบสั่งจ้างของ มทร.ล้านนา	๑๒๗

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพประกอบที่ ๑๓๘ ภาพตัวอย่างการส่งไฟล์ให้ส่งโรงพิมพ์ผ่านการอัปโหลดไฟล์งานขึ้นบนคลาวด์	๑๒๙
ภาพประกอบที่ ๑๓๙ ภาพตัวอย่างการตรวจไฟล์งานกับโรงพิมพ์ก่อนการผลิต	๑๓๐
ภาพประกอบที่ ๑๔๐ ภาพตัวอย่างการตรวจไฟล์งานป้ายที่พิมพ์สำเร็จ	๑๓๐
ภาพประกอบที่ ๑๔๑ ภาพตัวอย่างการควบคุมติดตั้งป้ายในมหาวิทยาลัย	๑๓๓
ภาพประกอบที่ ๑๔๒ ภาพตัวอย่างการติดตั้งป้ายประตูสถาบันปัตยกรรม	๑๓๓
ภาพประกอบที่ ๑๔๓ ภาพตัวอย่างการติดตั้งป้ายใหญ่หน้าทางเดินเข้ามหาวิทยาลัย	๑๓๔
ภาพประกอบที่ ๑๔๔ ภาพตัวอย่างการติดตั้งป้ายฉากหลังเวที	๑๓๔

ส่วนที่ ๑
บริบทมหาวิทยาลัย

ส่วนที่ ๑

บริบทมหาวิทยาลัย

ประวัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

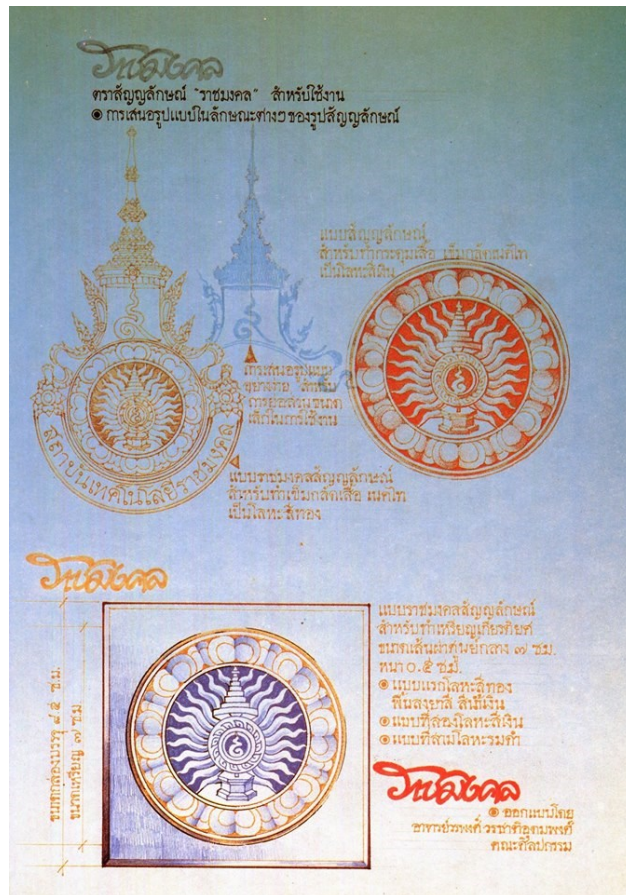
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จัดตั้งขึ้นเป็นสถาบันอุดมศึกษาระดับปริญญาครั้งแรก เมื่อวันที่ ๒๗ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๑๘ โดยพระราชบัญญัติวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา พ.ศ. ๒๕๑๘ ใช้ชื่อว่า “วิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา” และโอนวิทยาลัยเทคนิค วิทยาลัยเกษตรกรรม และวิทยาลัยต่างๆ ในสังกัดกรมอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ เข้ามาสังกัด ต่อมา พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานนามว่า “ราชมงคล” เมื่อวันที่ ๑๕ กันยายน พ.ศ. ๒๕๓๑ (วันราชมงคล) พร้อมทั้งมีพระราชบัญญัติเปลี่ยนชื่อวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษาเป็นสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ. ๒๕๓๒ ทำให้วิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา ได้รับการเปลี่ยนชื่อใหม่เป็น “สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล”

ในระยะต่อมาได้มีการตราพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๓๒ ซึ่งกำหนดให้สถาบันการศึกษาที่เปิดสอนระดับปริญญาต้องเป็นนิติบุคคล ทำให้สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลเริ่มมีแนวคิดในการยกฐานะเป็นมหาวิทยาลัยนิติบุคคล กระทั่งเมื่อวันที่ ๑๘ มกราคม พ.ศ. ๒๕๔๘ พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ. ๒๕๔๘ ได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นผลให้มีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลเกิดขึ้นใหม่ จำนวน ๙ แห่ง เป็นสถาบันอุดมศึกษาด้านวิชาชีพและเทคโนโลยี จัดการศึกษาด้านวิชาชีพชั้นสูงที่เน้นการปฏิบัติ ผลิตครูวิชาชีพ และให้ผู้สำเร็จอาชีวศึกษามีโอกาสในการศึกษาต่อด้านวิชาชีพเฉพาะทางระดับปริญญาเป็นหลัก

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ได้หลอมรวมเอาวิทยาเขต และสถาบันวิจัย จำนวน ๗ แห่งเข้าด้วยกัน ประกอบด้วย วิทยาเขตภาคพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ วิทยาเขตน่าน วิทยาเขตตาก วิทยาเขตลำปาง วิทยาเขตพิษณุโลก วิทยาเขตเชียงราย และสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรลำปาง ต่อจากนั้นในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๔๙ ได้มีการจัดตั้งส่วนราชการภายในมหาวิทยาลัย ซึ่งประกอบด้วย ๔ คณะ ๑ วิทยาลัย ๔ สำนัก/สถาบัน และ ๕ สำนักงานบริหารฯ (เขตพื้นที่) โดยวิทยาเขตภาคพายัพ มีฐานะเป็นศูนย์กลางมหาวิทยาลัย ต่อมาสภามหาวิทยาลัย ได้มีมติให้จัดตั้งสำนักงานบริหารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ภาคพายัพ เชียงใหม่ ส่งผลให้ภาคพายัพ มีฐานะเป็นเขตพื้นที่เช่นเดียวกับเขตพื้นที่อื่น จนกระทั่งในปี พ.ศ. ๒๕๔๗ จึงได้มีการเปลี่ยนแปลงสถานะของเขตพื้นที่ภาคพายัพ ให้เป็นศูนย์กลางของมหาวิทยาลัยดังเดิม

ตราสัญลักษณ์

ราชวมงคลสัญลักษณ์ เป็นตราวงกลมภายใต้พระมหาพิชัยมงกุฎ ภายในวงกลมประกอบด้วย ดอกบัวบาน ๘ กลีบ หมายถึง ปัญญาอันเป็นแสงสว่างในโลก ภายในดอกบัวบานเป็นรูปพระราช ลัญจกร อันเป็นตราประจำพระองค์ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ผู้พระราชทานนาม "มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล" ที่ปลายทั้งสองข้างประดับด้วยดอกไม้ทิพย์ หมายถึง ความ เจริญรุ่งเรือง แจ่มใส เบิกบาน



ภาพประกอบที่ ๑ ตราสัญลักษณ์ การออกแบบตราราชวมงคล
(แหล่งที่มา: <https://www.rmutt.ac.th/about/about-rmutt/symbol>)

สีประจำมหาวิทยาลัย



สีน้ำตาลทอง คือ สีที่เกิดจากการรวมกันของสี มีคุณสมบัติเป็นกลาง สามารถอยู่รวมได้กับทุกสี และทำให้สีนั้นโดดเด่น สีน้ำตาลทอง มีความหมายถึง ความเจริญรุ่งเรืองที่ยั่งยืน ดังเช่นมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ที่ตั้งอยู่ในดินแดนที่เจริญรุ่งเรืองทางด้าน การศึกษา ศิลปวัฒนธรรม พร้อมทั้งจะเป็นฐานในการสร้างบัณฑิตนักปฏิบัติที่มีคุณธรรม จริยธรรม และการพัฒนา มหาวิทยาลัยให้เจริญก้าวหน้าเป็นศูนย์แห่งการเรียนรู้สืบไป

ภาพประกอบที่ ๒ กลุ่มสีน้ำตาลทอง

ต้นไม้ประจำมหาวิทยาลัย

ต้นกาสะลอง (หรือต้นปีบ) เป็นต้นไม้ที่รู้จักกันแพร่หลายในถิ่นล้านนา เป็นไม้มงคล ในความเชื่อของชาวล้านนา หากสถานที่ใดปลูกต้นกาสะลองไว้จะนำความเจริญรุ่งเรือง และเกียรติคุณ มาสู่สถานที่นั้น

ดอกกาสะลอง เป็นดอกไม้สีขาว มีกลิ่นหอม ลำต้นแข็งแรงสูงโปร่ง มีช่อดอกโน้มลงต่ำ แสดงออกถึงความบริสุทธิ์ คุณงามความดี กลิ่นหอมเปรียบประดุจชื่อเสียงและเกียรติคุณ ช่อดอกที่โน้มลงมาเปรียบเสมือนคุณลักษณะของบัณฑิตที่ถึงพร้อมด้วยคุณธรรม จริยธรรม ความรู้ ความเชี่ยวชาญ ที่จะไปพัฒนาสังคมและประเทศชาติให้มีความเจริญรุ่งเรืองอย่างยั่งยืนต่อไป



ภาพประกอบที่ ๓ ต้นดอกปีบและดอกปีบ



ภาพประกอบที่ ๔ แผนที่ที่ตั้งของเขตพื้นที่ มทร.ล้านนา แต่ละจังหวัดในประเทศไทย

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ประกอบด้วย ๖ เขตพื้นที่ คือ

๑. ศูนย์กลาง เชียงใหม่

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา (ส่วนกลาง) มีพื้นที่จัดการเรียนการสอนและการบริการวิชาการ จำนวน ๔ แห่ง ในพื้นที่ ๓ อำเภอของจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ศาลารามงคล ตั้งอยู่ในบริเวณพื้นที่เจ็ดลิน เป็นศาลาประดิษฐาน "พระพุทธรูปศรีศากยมุนี" พระพุทธรูปประจำมหาวิทยาลัย

- **พื้นที่เจ็ดลิน** ตั้งอยู่ในบริเวณเมืองโบราณ "เวียงเจ็ดลิน" บนเนื้อที่ ๑๑๕ ไร่ ตำบลช้างเผือก อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่
- **พื้นที่เจ็ดยอด** ตั้งอยู่ที่หมู่บ้านเจ็ดยอด ตำบลช้างเผือก อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ (บริเวณติดกับวัดเจ็ดยอด) มีเนื้อที่ ๑๐ ไร่ เป็นสถานที่จัดการเรียนการสอนและที่ตั้งสำนักงานคณบดีของคณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์
- **พื้นที่ดอยสะเก็ด** ตั้งอยู่ในบริเวณพื้นที่เดิมของโครงการก่อสร้างโรงเรียนประจำพระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์ ตำบลป่าป้อง อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ มีเนื้อที่ประมาณ ๙๐๐ ไร่ ปัจจุบันเป็นศูนย์กลางการบริหารงาน และสถานที่จัดการเรียนการสอน และสำนักงานของวิทยาลัยเทคโนโลยีและสหวิทยาการ สถาบันถ่ายทอดเทคโนโลยีชุมชน และสถาบันวิจัยและพัฒนา

๒. พื้นที่ตาก

ในอดีตคือโรงเรียนประถมอาชีพช่างไม้ตาก เปิดทำการสอนครั้งแรกในปี พ.ศ. ๒๔๘๑ โดยใช้สถานที่ของโรงเรียนตากพิทยาคม เปิดสอนวิชาช่างไม้ขั้นต้น จนกระทั่งในปี พ.ศ. ๒๕๐๐ จึงได้ย้ายสถานที่มายังที่ตั้งปัจจุบันบริเวณถนนพหลโยธิน ตำบลไม้งาม อำเภอเมืองตาก จังหวัดตาก ปัจจุบันเปิดทำการสอน ๓ ระดับ คือ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง และระดับปริญญาตรี

๓. พื้นที่น่าน

จัดตั้งขึ้นเป็นโรงเรียนเกษตรกรรมน่าน เมื่อปี พ.ศ. ๒๔๘๑ ตั้งอยู่ที่ตำบลฝายแก้ว อำเภอภูเพียง จังหวัดน่าน จัดการเรียนการสอนเน้นด้านเกษตรศาสตร์เป็นหลัก ต่อมาจึงได้รับการยกฐานะเป็นวิทยาลัยเกษตรกรรมน่าน ในปี พ.ศ. ๒๕๑๗ และโอนมาสังกัดวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา ในปีถัดมาปัจจุบันเปิดสอน ๓ ระดับ คือ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ปริญญาตรี และระดับปริญญาโท ใน ๓ คณะ คือ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ และคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร และเป็นเขตพื้นที่ที่มีจำนวนนักเรียนน้อยที่สุด คือ ๑,๓๓๑ คน

๔. พื้นที่ลำปาง

เขตพื้นที่ลำปาง เดิมคือ โรงเรียนเกษตรกรรมลำปาง ซึ่งก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. ๒๕๑๕ ตั้งอยู่ที่ตำบลพิชัย อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง บนเนื้อที่ ๑,๓๘๑ ไร่ (ใช้ร่วมกับสถาบันวิจัยและ

ฝึกอบรมการเกษตรลำปาง) จัดการเรียนการสอนด้านเกษตรศาสตร์ เป็นที่รู้จักทั่วไปในชื่อ เกษตรแม่วัง ต่อมาในปี พ.ศ. ๒๕๑๘ จึงได้อโอนมาสังกัดวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา และเปลี่ยนชื่อเป็น "วิทยาเขตลำปาง" เขตพื้นที่ลำปาง อยู่ห่างจากตัวเมืองลำปาง ตามถนนพหลโยธิน ประมาณ ๑๖ กิโลเมตร มีความโดดเด่นในการจัดการศึกษาและการวิจัยด้านการเกษตร ร่วมกับสถาบันวิจัยเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

๕. พื้นที่เชียงราย

เขตพื้นที่เชียงราย เป็นวิทยาเขตที่จัดตั้งขึ้นเพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ในวโรกาสฉลองสิริราชสมบัติ ๕๐ ปี ในปี พ.ศ. ๒๕๓๙ เพื่อกระจายโอกาสทางการศึกษาและพัฒนาสู่ท้องถิ่น โดยมุ่งเน้นเป้าหมายในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน และพื้นที่เขตสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ ตั้งอยู่ในเขตนิคมแม่ลาว ตำบลทรายขาว อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย บนเนื้อที่ ๕,๐๐๐ ไร่ โดยในระยะแรกได้จัดการเรียนการสอนโดยใช้วิธีการฝากเรียนที่วิทยาเขตภาคพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ แล้วจึงย้ายมาเปิดทำการเรียนการสอนที่จังหวัดเชียงราย ในปีการศึกษา ๒๕๔๔ เป็นปีแรก ปัจจุบันเขตพื้นที่เชียงราย เปิดทำการเรียนการสอน ๒ ระดับ คือ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) และระดับปริญญาตรีใน ๓ คณะ คือ คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ และคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร

๖. พื้นที่พิษณุโลก

ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. ๒๕๔๖ โดยใช้ชื่อว่า "โรงเรียนเกษตรกรรมพิษณุโลก" ตั้งอยู่ที่ตำบลบ้านกร่าง อำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก บนเนื้อที่ ๕๗๒ ไร่ จัดการเรียนการสอนด้านเกษตรกรรม และสัตวศาสตร์เป็นหลัก เป็นที่รู้จักในนาม เกษตรบ้านกร่าง ปัจจุบันเขตพื้นที่พิษณุโลก เปิดทำการเรียนการสอน ๓ ระดับ คือ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาโทใน ๓ คณะ คือ คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร และคณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์

คณะ และวิทยาลัย

- คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์
- คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร
- คณะวิศวกรรมศาสตร์
- คณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์
- วิทยาลัยเทคโนโลยีและสหวิทยาการ

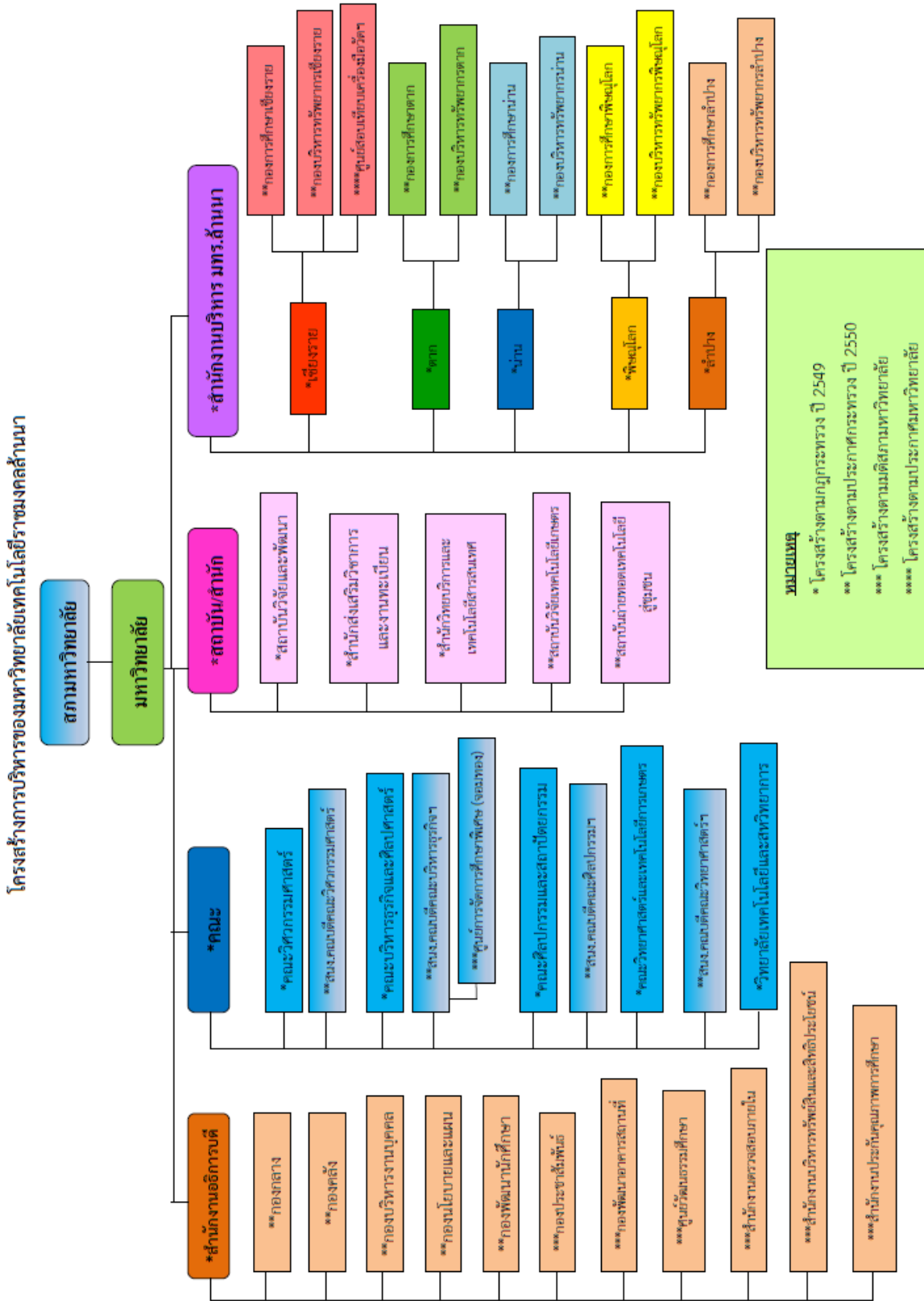
หน่วยงานสนับสนุนการจัดการศึกษา

- สถาบันวิจัยและพัฒนา
- สถาบันถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน
- สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
- กองบริหารงานบุคคล
- กองกลาง
- กองประชาสัมพันธ์
- สำนักงานบริหารทรัพย์สินและสิทธิประโยชน์
- สถาบันวิจัยเทคโนโลยีการเกษตร
- สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน
- กองพัฒนานักศึกษา
- กองคลัง
- กองนโยบายและแผน
- กองพัฒนาอาคารสถานที่
- สำนักงานตรวจสอบภายใน



ภาพประกอบที่ ๕ ป้ายหน้ามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

โครงสร้างการบริหารงานมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา



ภาพประกอบที่ ๒ ผังโครงสร้างการบริหารงาน มทร.ล้านนา

ส่วนที่ ๒
บริบทของกองประชาสัมพันธ์

ส่วนที่ ๒

บริบทของกองประชาสัมพันธ์

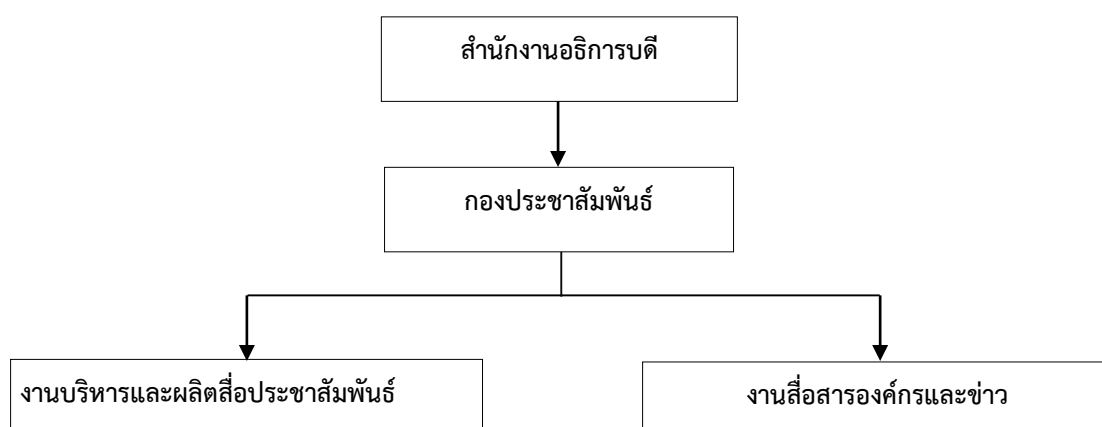
กองประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาเป็นหน่วยงานหนึ่งในสังกัดสำนักงานอธิการบดีมีหน้าที่เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ข่าวสารข้อมูล กิจกรรม ชี้แจงข้อเท็จจริง ให้ข้อมูล ที่เกี่ยวข้องกับ ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา รวมทั้งการดำเนินการด้านความร่วมมือกับ ต่างประเทศเพื่อรองรับภารกิจ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย ฯ ให้สอดคล้องกับบทบาท หน้าที่ของมหาวิทยาลัยโดยมีภาระหน้าที่ในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์เชิงรุก (Proactive Public Relations : PPR) เพื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นมหาวิทยาลัย ซึ่งมีมาตรฐานและคุณภาพทางวิชาการเป็นที่ ยอมรับในระดับชาติ รวมทั้งให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบถึงกิจกรรมที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ได้ดำเนินการในทุกภารกิจอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น ทั้งในระดับภายในมหาวิทยาลัย ภายในประเทศ และระดับนานาชาติ และประกาศมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เรื่อง การแบ่งส่วนราชการและส่วนงานภายใน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา พ.ศ. ๒๕๖๓ ลงวันที่ ๑๑ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๓ ให้แบ่งส่วนราชการ ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เป็นงาน โดยกองประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย ๒ กลุ่มงาน คือ

๒.๑.๑ งานบริหารและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

๒.๑.๒ งานสื่อสารองค์กรและข่าว

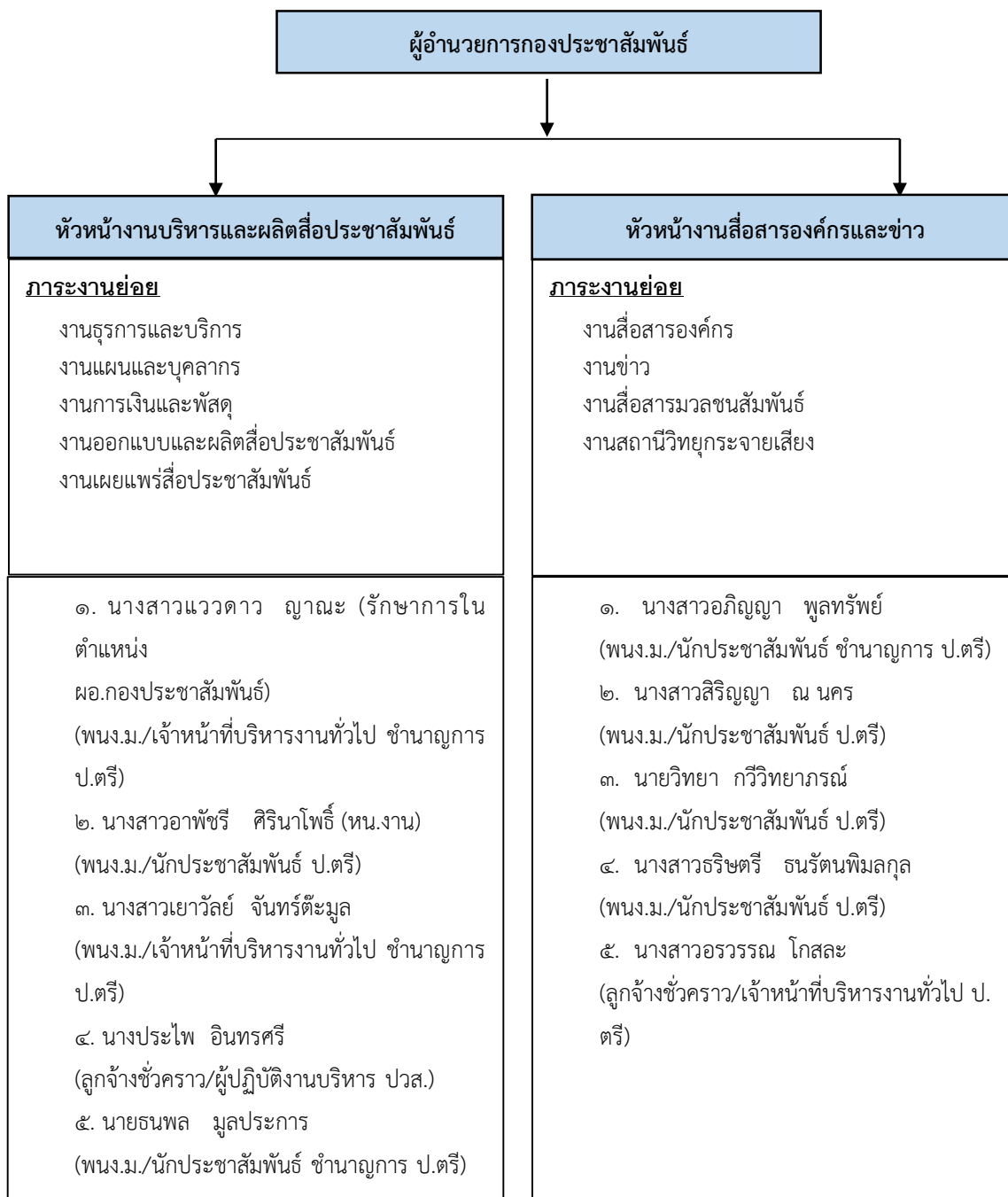
โครงสร้างองค์กรและโครงสร้างการบริหารจัดการ/แผนภูมิการแบ่งส่วนงาน

การแบ่งส่วนราชการและส่วนงานภายใน กองประชาสัมพันธ์ (ประกาศ ณ ๑๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓)



ภาพประกอบที่ ๗ ผังโครงสร้างองค์กร

โครงสร้างการบริหารจัดการ



ภาพประกอบที่ ๔ ผังโครงสร้างการบริหารงานของกองประชาสัมพันธ์

วิสัยทัศน์ พันธกิจ นโยบาย วัตถุประสงค์/ภารกิจ และเป้าหมายของวัตถุประสงค์/ ภารกิจของหน่วยงาน

วิสัยทัศน์

เป็นหน่วยงานที่มีการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์เชิงรุกและให้บริการที่มีคุณภาพมาตรฐาน

พันธกิจ

งานประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานสนับสนุนของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาซึ่งมีพันธกิจในการเผยแพร่นโยบายและกิจกรรมของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาในทุกเขตพื้นที่ แก่สังคมภายนอกและภายในสถาบัน เพื่อให้ทุกกลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้ ความเข้าใจ ยอมรับ สนับสนุน และร่วมมือ

จากพันธกิจสู่การปฏิบัติหน้าที่ประชาสัมพันธ์

หน้าไม่งอ	รอไม่นาน	บริการประทับใจ
สร้างภาพลักษณ์	ใหม่ให้งาน	ประชาสัมพันธ์
มุ่งมั่น	พร้อมข้อมูล	สารสนเทศ
เชื่อมโยง	การสื่อสาร	ทุกเขตพื้นที่
สร้างความเข้าใจ	อันดี	กับทุกองค์กร

คำขวัญ การบริหารงานกองประชาสัมพันธ์ :

“มุ่งมั่นสื่อสาร ใส่ใจบริการ สืบสานสัมพันธ์”

นโยบาย

มุ่งเน้นการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์เชิงรุก (PPR: Proactive Public Relations) ด้วยการ ให้บริการและสร้างงานคุณภาพ

ยุทธศาสตร์

สื่อสารองค์กร ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์และเครือข่ายที่หลากหลาย

เป้าประสงค์

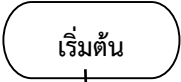
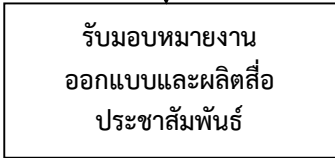
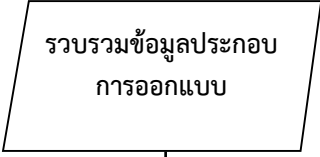
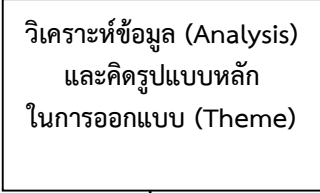
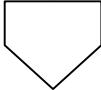
- เพื่อสื่อสารข่าว กิจกรรม องค์ความรู้ที่ถูกต้อง แม่นยำ
- เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ที่เหมาะสมกับการใช้งานในรูปแบบต่าง ๆ
- เพื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยฯผ่านสื่อภายนอก

ส่วนที่ ๓
ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

ส่วนที่ ๓

ขั้นตอนการปฏิบัติงาน กระบวนการออกและผลิตสื่อป้ายไว้นิล

แผนภูมิสายงาน (Flowchart) กระบวนการออกและผลิตสื่อป้ายไว้นิล ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ Adobe Illustrator เพื่อเผยแพร่บนจุดติดตั้งป้ายมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลล้านนา

ขั้นตอนที่	แผนภูมิสายงาน (Flowchart)	ขั้นตอน/ วิธีดำเนินงาน	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	ระยะเวลา ดำเนินงาน
				
๑		<p>รับมอบหมายงานจากผู้บังคับบัญชาตามวาระต่างๆ</p> <ol style="list-style-type: none"> งานประจำที่กำลังจะเกิดขึ้นตามรอบปฏิทิน กิจกรรมหรือโครงการที่มีผู้ร้องขอใช้บริการ กิจกรรมหรือนโยบายเร่งด่วนจากมหาวิทยาลัย กระทรวงหรือรัฐบาล 	กำหนดการ, หนังสือ คำสั่งหรือไฟล์ข้อมูล	ภายใน ๓๐ นาที
๒		<ol style="list-style-type: none"> รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องในงานออกแบบสื่อป้ายไว้นิลที่เป็นข้อมูลดิบ (Raw Data) เช่น ข้อมูลรายละเอียดกิจกรรมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือโจทย์ข้อมูลตั้งต้น (Program Analysis) ที่ต้องการสื่อสาร ศึกษาข้อมูลรายละเอียดของกิจกรรมเดิมที่เคยจัดทำแล้ว (Case Study) สรุปเนื้อหาและกำหนดแนวความคิด (Concept) จากข้อมูลต่างๆ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ 	ไฟล์ข้อมูล ไฟล์รูปภาพ	ภายใน ๕ ชั่วโมง
๓		<ol style="list-style-type: none"> การคิดอย่างเป็นขั้นตอน (Linear Reasoning) แปลงค่าข้อมูลดิบ (Raw Data) ให้เป็นผลลัพธ์ ข้อมูลสารสนเทศ (Information) ที่เป็นคำสำคัญ ลดทอนข้อมูล (Data Reduction) ให้ลดน้อยลง สื่อข้อมูลให้เป็นข้อสรุปที่เข้าใจได้ง่าย ตีความหมายจากคำสำคัญออกมาเป็นภาพและสรุปรูปแบบหลักของงาน (Theme) ออกแบบร่าง (Preliminary Design) จากรูปแบบหลัก 	ไฟล์ข้อมูล	ภายใน ๑ วัน
				

ขั้นตอนที่	แผนภูมิสายงาน (Flowchart)	ขั้นตอน/วิธีดำเนินงาน	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	ระยะเวลาดำเนินงาน
๔		<ol style="list-style-type: none"> หลักการออกแบบกราฟิก การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทป้ายไวเนล กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้องในงานออกแบบ จุดติดตั้งป้ายไวเนลประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับโปรแกรม Adobe Illustrator ขั้นตอนการออกแบบป้ายไวเนลด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator 	ไฟล์ข้อมูล ไฟล์รูปภาพ	ภายใน ๒ วัน
๕		<ol style="list-style-type: none"> การส่งออกไฟล์งาน (Export File) การส่งออกไฟล์งานออกแบบ (Export File) สำหรับสำหรับนำเสนองาน การส่งออกไฟล์งานออกแบบ (Export File) สำหรับงานพิมพ์ป้ายไวเนล 	ไฟล์ข้อมูล ไฟล์รูปภาพ	ภายใน ๓๐ นาที
๖		<ol style="list-style-type: none"> ส่งไฟล์งานให้เพื่อนร่วมงานและผู้เกี่ยวข้องตรวจสอบ นำเสนองานต่อผู้บังคับบัญชาตรวจสอบ ตรวจสอบการได้รับอนุมัติโครงการ ตรวจสอบรายงานขอซื้อวัสดุ/จ้าง และใบสั่งจ้าง 	ไฟล์ข้อมูล ไฟล์รูปภาพ	ภายใน ๑ วัน
๗		<ol style="list-style-type: none"> ส่งไฟล์งานให้โรงพิมพ์ ตรวจไฟล์งานที่จะผลิตก่อนผลิตจริงกับโรงพิมพ์ป้าย ตรวจงานพิมพ์หลังการผลิต 		ภายใน ๕ วัน
๘		<ol style="list-style-type: none"> ประสานช่างผู้ติดตั้งป้าย กำหนดวันติดตั้งป้าย ควบคุมการติดตั้งป้าย 	ไฟล์ข้อมูล ไฟล์รูปภาพ	ภายใน ๕ ชั่วโมง

กระบวนการออกและผลิตสื่อป้ายไวนิล ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ Adobe Illustrator เพื่อเผยแพร่บนจุดติดตั้งป้ายมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ล้านนา

ขั้นตอนที่ ๑ การรับมอบหมายงานออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

ในการรับมอบหมายงานออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ของกลุ่มงานบริหาร และผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ กองประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา (มทร. ล้านนา) จากผู้บังคับบัญชานั้น เป็นไปตามวาระงานต่างๆ เช่น คำสั่ง ประกาศ งาน กิจกรรม โครงการ นโยบายของหน่วยงาน มหาวิทยาลัยหรือรัฐบาล ที่ผู้ปฏิบัติงานได้รับมอบหมายแล้วนำมาสู่กระบวนการออกแบบและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เพื่อให้งานสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ที่ได้รับมอบหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งผู้ปฏิบัติงานสามารถแบ่งรูปแบบการรับมอบหมายงานหลักๆ ได้ทั้งหมด ๓ รูปแบบด้วยกัน คือ

๑. งานประจำที่กำลังจะเกิดขึ้นตามรอบปฏิทิน
๒. กิจกรรมหรือโครงการที่มีผู้ร้องขอใช้บริการ
๓. กิจกรรมหรือนโยบายเร่งด่วนจากมหาวิทยาลัย กระทรวงหรือรัฐบาล

๑. งานประจำที่กำลังจะเกิดขึ้นตามรอบปฏิทิน

งานประจำที่กำลังจะเกิดขึ้นตามรอบปฏิทิน คืองานที่มีการวางแผนตามปฏิทิน การศึกษาที่มีการจัดกิจกรรมเป็นประจำ ทั้งรายวัน รายสัปดาห์ รายเดือน และรายปี ตามปฏิทิน แผนงานของแต่ละส่วนงานที่มีแผนงานชัดเจนว่าจะต้องเกิดขึ้นอยู่แล้ว ทั้งในระดับหน่วยงาน องค์กรหรือระดับประเทศ หรือที่เรียกว่างานรูทีน (Routine) ซึ่งจะมีผู้เกี่ยวข้องในการทำงานตามขอบเขตหน้าที่รับผิดชอบของตนเอง (Job Description) ที่รู้หน้าที่ที่ตนต้องรับผิดชอบดำเนินการ หรือปฏิบัติงาน เพื่อให้งานเป็นไปตามแผนงานที่วางไว้ งานประเภทนี้จะสามารถวางแผนดำเนินการตามปฏิทินแผนงานได้ทันที โดยที่ไม่ต้องรอคำสั่งการจากผู้บังคับบัญชาก่อนได้

การออกแบบงานสื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นงานประจำ สามารถวางแผนสื่อไว้ล่วงหน้าได้ โดยไม่ต้องรอคำสั่งการจากผู้บังคับบัญชา เพื่อให้มีเวลาในการสร้างสรรค์งานออกแบบเพิ่มมากขึ้น และทำอย่างไม่เคร่งเครียด จะทำให้ได้งานที่มีคุณภาพสูงสุด เพราะมีเวลาในการออกแบบที่เหมาะสม ไม่เร่งรีบเกินไปจนทำให้งานมีคุณภาพลดลง ซึ่งงานจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นงานประจำจะสามารถจำแนกงานได้ดังนี้

๑.๑ วันพระราชสมภพของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว สมเด็จพระราชินี และพระบรมวงศานุวงศ์ชั้นผู้ใหญ่ เจ้านายที่มีพระยศเป็น เจ้าฟ้า และพระองค์เจ้า ชั้นลูกหลวง เช่น สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนี พันปีหลวง, สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดา เจ้าฟ้ามหาจักรีสิรินธรฯ สยามบรมราชกุมารี, สมเด็จพระเจ้าน้องนางเธอ เจ้าฟ้าจุฬาภรณวลัยลักษณ์ อัครราชกุมารี กรมพระศรีสวางควัฒน วรขัตติยราชนารี, พระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าโสมสวลี กรมหมื่นสุทธนารีนาถ เป็นต้น

๑.๒ วันสำคัญเกี่ยวเนื่องกับกษัตริย์ไทย เป็นวันสำคัญที่กำหนดแน่ชัดและมีในปฏิทินไทยอยู่แล้ว เช่น วันจักรี วันฉัตรมงคล วันปิยมหาราช วันรัฐธรรมนูญ วันพระเจ้าตากสินมหาราช วันมหิดล เป็นต้น

๑.๓ วันสำคัญทางศาสนา ที่ยึดถือปฏิบัติตามธรรมเนียมจนกลายเป็นวัฒนธรรมอันดีงามของไทยและมีวันที่กำหนดในปฏิทินไทยอย่างแน่ชัด เช่น วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันเข้าพรรษา เป็นต้น

๑.๔ วันสำคัญของมหาวิทยาลัย เช่น วันสถาปนามหาวิทยาลัย วันราชมงคลวันประกาศรับสมัครงานใหม่ วันเปิดภาคเรียนการศึกษา วันปฐมนิเทศนักศึกษา วันปัจฉิมนิเทศนักศึกษา วันรับพระราชทานปริญญาบัตร งานเกษียณอายุราชการ เป็นต้น

๒. กิจกรรมหรือโครงการที่มีผู้ร้องขอใช้บริการ

กิจกรรมหรือโครงการที่มีผู้ร้องขอใช้บริการ เป็นกิจกรรมที่ไม่ได้ถูกกำหนดช่วงเวลาจัดที่แน่นอนเหมือนกันทุกๆ ปี เป็นกิจกรรมที่ผู้รับผิดชอบจัดขึ้นตามภาระงานที่จะสอดคล้องกับงานประจำและหรืองานยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติราชการของมหาวิทยาลัย คณะ หน่วยงาน เป็นส่วนหนึ่งในงานเชิงพัฒนาที่รูปแบบของกิจกรรมจะแตกต่างออกไปตามบริบทของยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย คณะ หน่วยงานต่างๆ ในแต่ละปี ยกตัวอย่างเช่น งานเชิญชวนสงฆ์พระที่จัดขึ้นโดยศูนย์วัฒนธรรมศึกษา งานวิ่ง BALA Run จัดโดยคณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ งานรณรงค์สวมหมวกกันน็อค กิจกรรมสร้างฝายชะลอน้ำของคณะวิศวกรรมศาสตร์ งานสรรหาอธิการบดี งาน RMUTL Run งาน RMUTLCON งาน CRCI งาน ICEMS งานประกาศผลสอบของมหาวิทยาลัยต่างๆ งานประกวดที่ได้รับรางวัลของนักศึกษาหรือบุคลากรของ มทร.ล้านนา เป็นต้น งานประเภทนี้จะได้รับการร้องขอจากผู้จัดกิจกรรมเข้ามายังหน่วยงานและมีคำสั่งจากผู้บังคับบัญชาในการมอบหมายงานหรือหน้าที่รับผิดชอบต่างๆ และเข้าร่วมประชุมการจัดงานร่วมกับส่วนงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมดแล้วเป็นมติเอกฉันท์ในการมอบหมายหน้าที่และแนวทางการปฏิบัติงานในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานได้ดำเนินการตามแผนงานนั้น



ในส่วนงานประชาสัมพันธ์ที่ได้รับมอบหมายให้จัดทำสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือโครงการดังกล่าวตามระยะเวลาที่กำหนด ผู้บังคับบัญชาจะเป็นผู้มอบหมายวางกรอบงานให้ตามมติที่ประชุมหรือตามที่ผู้บังคับบัญชามอบหมายเพิ่มเติมจากที่ประชุม แล้วผู้ปฏิบัติหน้าที่จึงนำกรอบงานเหล่านั้นมาวางแผนการออกแบบตามกระบวนการออกแบบ กรอบงานนี้จะเป็นตัวกำหนดทิศทางงานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ทำให้การปฏิบัติงานชัดเจนและตรงตามเป้าหมายงาน

๓. กิจกรรมหรือนโยบายเร่งด่วนจากมหาวิทยาลัย กระทรวงหรือรัฐบาล

กิจกรรมหรือนโยบายเร่งด่วนจากมหาวิทยาลัย กระทรวงหรือรัฐบาล จะเป็นคำสั่งโดยตรงที่ทำให้มีการเร่งปฏิบัติงานอย่างเร่งด่วนที่อาจมาจากมหาวิทยาลัยที่ผู้บังคับบัญชาสูงสุดสั่งการด้วยวาจา หรือจากกระทรวงที่กำกับ คือกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม หรือจากรัฐบาลประกาศโดยตรง เพื่อตอบสนองนโยบายเร่งด่วนระดับชาติที่เกิดขึ้น เช่น งานถวายความอาลัยแด่ในหลวงรัชกาลที่ ๙ นโยบายเฝ้าระวังการแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัส (COVID-๑๙) นโยบายการลดค่าเทอมร้อยละ ๕๐ เป็นต้น โดยเมื่อมีคำสั่งหรือหนังสือราชการด่วนมากมาถึง ผู้ที่เกี่ยวข้องจะได้รับมอบหมายงานจากผู้บังคับบัญชาอย่างเร่งด่วน ในการประชาสัมพันธ์ที่เป็นเสมือนด่านหน้าที่ต้องเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้รวดเร็วที่สุด จึงจำเป็นต้องทำงานในเวลาที่ย่ำกักจน

บางครั้งอาจต้องทำนอกเวลาราชการ เพื่อให้งานสำเร็จลุล่วงและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ให้รวดเร็วทันเวลา

จากรูปแบบการรับมอบหมายงานทั้ง ๓ รูปแบบนั้นมีกระบวนการทำงานออกแบบหลังจากที่ได้รับมอบหมายงานแล้วเหมือนกันทุกประการ เพียงแต่จะมีความแตกต่างกันในเรื่องของเวลาปฏิบัติงานที่ไม่เท่ากัน คือ งานประจำสามารถวางแผนงานออกแบบต่างๆ และปฏิบัติงานได้ในระยะเวลาตามแผนงานตามปฏิทินที่ถูกกำหนดไว้แล้วอย่างชัดเจน จึงมีเวลาปฏิบัติงานมากกว่างานกิจกรรมหรือโครงการที่มีผู้ร้องขอใช้บริการ และในส่วนของกิจกรรมหรือนโยบายเร่งด่วนจากมหาวิทยาลัย กระทรวงหรือรัฐบาลนั้น โดยมากจะเป็นปัญหาระดับชาติที่ต้องขอความร่วมมือหรือต้องประกาศเร่งด่วนและต้องปฏิบัติให้แล้วเสร็จในเวลาทีกระชั้นชิด และรวดเร็วต่อการประชาสัมพันธ์ข่าวสารนั้นๆ ผู้ปฏิบัติงานต้องใช้ความชำนาญในการปฏิบัติหน้าที่และอาจต้องเสียสละเวลาส่วนตัวเพื่อให้แล้วเสร็จตามเวลาที่กำหนด จึงมีความยากมากกว่างานที่ได้รับมอบหมายในรูปแบบอื่นๆ ฉะนั้นผู้ปฏิบัติงานได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการปฏิบัติงานให้บรรลุตามเป้าหมายภายใต้ข้อจำกัดของงานในรูปแบบต่างๆ ให้สามารถออกแบบงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด จึงจัดทำคู่มือปฏิบัติงานหลักกระบวนการออกและผลิตสื่อป้ายไวเนล ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ Adobe Illustrator เพื่อเผยแพร่บนจุดติดตั้งป้ายภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์พื้นฐานสำหรับการจัดกิจกรรมต่างๆ ขึ้นภายในมหาวิทยาลัยที่เป็นหัวใจหลักของการสื่อสารองค์กรที่เข้มแข็งอีกช่องทางหนึ่ง เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานและช่วยแก้ไขปัญหาข้อขัดข้องที่อาจเกิดขึ้นระหว่างปฏิบัติงานสำหรับผู้ปฏิบัติงานอื่นที่ยังไม่มีความชำนาญหรือผู้ปฏิบัติงานใหม่ ให้สามารถปฏิบัติงานและรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ ได้เป็นอย่างดี

	บันทึกข้อความ	กองประชาสัมพันธ์ เลขที่รับ 125 วันที่ 30 ม.ค. 56 เวลา 11:34 น.
ส่วนราชการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา กองพัฒนานักศึกษา โทร. ๑๕๐๖ ที่ อว ๐๖๕๔.๑๙/๑๒๒ วันที่ ๒๖ มกราคม ๒๕๖๖ เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ออกแบบแบนเนอร์ประชาสัมพันธ์กิจกรรมปัจฉิมนิเทศน์นักศึกษา		
เรียน ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์		
ด้วยกองพัฒนานักศึกษา จะจัดกิจกรรมปัจฉิมนิเทศน์นักศึกษาชั้นปีสุดท้าย ประจำปีการศึกษา ๒๕๖๕ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่ ในวันที่ ๒๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๖ ณ หอประชุมมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ นั้น		
ในการนี้ กองพัฒนานักศึกษา ขอความอนุเคราะห์ทำนอกแบบแบนเนอร์กิจกรรมปัจฉิมนิเทศน์นักศึกษา ประจำปีการศึกษา ๒๕๖๕ เพื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางเพจเฟซบุ๊ก และเพื่อจัดทำป้ายคัทเอ๊าท์ ขนาด ๔.๗ x ๒.๕ เมตร และขนาด ๒.๕ x ๑.๕ เมตร (ข้อความดังกล่าวแนบ) พร้อมทั้งขอติดตั้งบริเวณทางเข้าประตูสาขาสถาปัตยกรรม จำนวน ๑ ชุด ทั้งนี้ขอความกรุณาส่งไปกองพัฒนานักศึกษาภายในวันที่ ๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๖ โดยมอบหมายให้นางสาวนันทิดา รัสสรค์ เป็นผู้ประสานงาน เพื่อที่จะได้ดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป		
จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา		
 (นางจิตติมา ทองเล็ก) เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ชำนาญการ รัชชาราชการแทน ผู้อำนวยการกองพัฒนานักศึกษา		
- มทสจ.งานศึกษาและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ -		
แวดดาว สุงศ์ (นางสาวแววดาว สุงศ์) เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ปฏิบัติการ รัชชาราชการแทน ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์ 26 มี.ค. 2566		

ภาพประกอบที่ ๙ ตัวอย่างหนังสือขอความอนุเคราะห์ออกแบบรูปเล่มคู่มือ

การประกันคุณภาพการศึกษา-มทร.ล้านนา

ปัญหา : ที่อาจเกิดขึ้นจากขั้นตอนการรับมอบหมายงาน

๑. ผู้ปฏิบัติงานได้รับมอบหมายงาน กิจกรรม หรือโครงการล่าช้าส่งผลให้มีเวลาในการออกแบบงานน้อยลง
๒. งานที่ได้รับมอบหมายและกำหนดกรอบงานเรียบร้อยแล้วมีการเปลี่ยนแปลงอย่างกะทันหัน ทำให้การออกแบบงานที่ได้ลงมือปฏิบัติไปแล้วนั้นเกิดการแก้ไขและทำให้ล่าช้า
๓. ได้รับมอบหมายงานเร่งด่วนในวันหยุดราชการ ทำให้ไม่สามารถมาปฏิบัติหน้าที่ได้ทันที เนื่องจากในบางครั้งผู้ปฏิบัติงานอาจติดทำภารกิจส่วนตัวอยู่
๔. ได้รับมอบหมายงานโดยที่ยังไม่มีรายละเอียดและกรอบของงานให้หรือได้ข้อมูลรายละเอียดมาเพียงบางส่วนเท่านั้น จะทำให้ไม่สามารถปฏิบัติงานในขั้นตอนต่อไปและทำให้งานล่าช้า

แนวทางแก้ไขปัญหา :

๑. ผู้ปฏิบัติงานต้องมีการทำงานล่วงเวลา เพราะงานออกแบบเป็นงานที่ต้องใช้ทั้งความคิดและลงมือปฏิบัติที่ต้องใช้เวลามาก จึงอาจต้องเสียสละเวลาส่วนตัว เพื่อให้งานออกแบบสำเร็จลุล่วงได้อย่างมีคุณภาพ
๒. เมื่อผู้ปฏิบัติงานได้รับมอบหมายงานที่ยังไม่มีหัวข้อรายละเอียดของงานที่แน่นอน ควรที่จะสืบค้นตัวอย่างงานออกแบบที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน หรืองานที่คล้ายกัน เพื่อหาแนวความคิดในการออกแบบเมื่อผู้ปฏิบัติงานได้หัวข้อรายละเอียดครบถ้วนแล้วจะสามารถทำให้มีแนวความคิดในการออกแบบบ้างแล้วจะทำให้ปฏิบัติงานได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ :

ทีมงานผู้เกี่ยวข้องในการจัดงานควรมีการวางแผนงานทั้งระบบ และควรมีการประชุมประสานงานด้วยวาจาก่อนกับฝ่ายต่างๆ อย่างเร่งด่วนทันทีที่ทราบเรื่อง หรือได้รับมอบหมายงาน เพื่อให้ผู้ปฏิบัติหน้าที่ในฝ่ายต่างๆ ได้วางแผนงานของตนได้ในเวลาที่เหมาะสม จึงจะทำให้ได้งานที่มีคุณภาพสูงสุด

ขั้นตอนที่ ๒ รวบรวมข้อมูลประกอบการออกแบบ

ขั้นตอนการรวบรวมข้อมูลก่อนที่จะมีการเข้าสู่ขั้นตอนการออกแบบงานนั้น ผู้ปฏิบัติงานต้องมีการรวบรวมข้อมูลต่างๆ จากแหล่งที่เกี่ยวข้องสำหรับที่จะใช้ในการออกแบบก่อน มิเช่นนั้นจะทำให้การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลตกหล่นและผิดพลาดได้ หรืออาจทำให้เกิดการเผยแพร่งานล่าช้า เนื่องจากต้องไปสืบค้นข้อมูลเพิ่มเติมในภายหลัง การรวบรวมข้อมูลจึงเป็นด่านแรกที่จะเข้าสู่กระบวนการออกแบบอย่างแท้จริง เพราะหากไม่มีข้อมูลก็จะมีสารที่ดีที่สามารถสื่อไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ ข้อมูลจึงเป็นส่วนสำคัญมาก เป็นจุดเริ่มต้นที่จะชี้ให้เห็นถึงคุณภาพของสื่อที่กำลังจะออกแบบ

ในการรวบรวมข้อมูลผู้ปฏิบัติงานได้แบ่งขั้นตอนการรวบรวมข้อมูลต่างๆ รวมถึงการสรุปข้อมูลที่ได้ออกมาให้เห็นชัดเจน เพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลงานได้ครบถ้วนและได้ข้อมูลที่จะนำไปออกแบบมีประสิทธิภาพสูงสุด แบ่งออกได้เป็น ๓ ขั้นตอน ดังนี้

๑.รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องในงานออกแบบสื่อป้ายไวเนลที่เป็นข้อมูลดิบ (Raw Data) เช่น ข้อมูลรายละเอียดกิจกรรมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือโจทย์ข้อมูลตั้งต้น (Program Analysis) ที่ต้องการสื่อสาร

เมื่อผู้ปฏิบัติงานได้รับมอบหมายงานเป็นที่เรียบร้อยแล้วไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของคำสั่งจากผู้บังคับบัญชา หรือหนังสือคำสั่งที่มีการร้องขอใช้บริการก็ตาม ผู้ปฏิบัติงานจะได้ทราบถึงรายละเอียดงานและผู้เกี่ยวข้องในงานที่จะต้องประสานงานขอข้อมูลต่างๆ ที่เป็นการสืบค้นข้อมูลด้วยตนเอง เพื่อที่จะนำมาใช้ประกอบในงานออกแบบป้ายไวเนล ที่มีรูปแบบของข้อมูลในรูปแบบต่างๆ ที่ควรรวบรวมให้ครบถ้วน เพื่อใช้ประกอบในการออกแบบมีดังนี้

๑.๑ ข้อมูลตัวอักษร

คือ ข้อมูลประเภทคำ วลี หรือประโยคต่างๆ ที่ต้องการประชาสัมพันธ์และเป็นสารที่ปรากฏอยู่บนชิ้นงานการออกแบบ เช่น ชื่อกิจกรรมหรือชื่อโครงการ คำขวัญประจำงานหรือวัตถุประสงค์ที่จัดงาน อาจอยู่ในรูปแบบของคำที่ถูกตกแต่งให้สละสลวยเรียบร้อยแล้ว ในส่วนของป้ายไวเนลงานออกแบบทั่วไปควรมีรายละเอียด วันเวลา สถานที่ ที่จะบ่งบอกให้ทราบว่า “ใครทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ อย่างไร กับใคร” ที่เป็นกรอบแนวคิด ๕W๑H ซึ่งเป็นระบบชุดคำถามเพื่อรวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่จำเป็นในการนำมาออกแบบ จึงควรใช้ข้อมูลที่สำคัญมาก แต่ให้มีเนื้อหาที่น้อยแต่ต้องสื่อให้เข้าใจง่าย คือ ชื่อของงาน วัตถุประสงค์ของงานและข้อความคำโปรยสั้นๆ เพื่อบ่งบอกถึงการให้ติดตามอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมเมื่อคลิกที่แบนเนอร์เท่านั้น เพื่อมิให้มีข้อความมากเกินไปจนทำให้อ่านไม่ทัน

๑.๒ ข้อมูลรูปภาพ

คือ ภาพต่างๆ ที่จะปรากฏอยู่บนงานออกแบบ เช่น โลโก้ (Logo) สัญลักษณ์ต่างๆ (Symbol) ภาพบุคคล ภาพสิ่งของ หรือสถานที่ ที่ตรงตามวัตถุประสงค์ของงาน ในส่วนของภาพประกอบผู้ปฏิบัติงานควรประสานงานส่วนเกี่ยวข้อง หรือสืบค้นจากแหล่งอื่น หรือสร้างขึ้นใหม่ด้วยการถ่ายภาพที่ต้องถ่ายขึ้นมาใหม่ ควรเก็บภาพจำนวนหลายภาพเพื่อให้มีตัวเลือกในการนำมาออกแบบหลายๆ ภาพ และมีการได้เปรียบเทียบความเหมาะสมภาพที่ลงตัวที่สุด และสิ่งสำคัญในการใช้ข้อมูลภาพนั้นควรระบุให้แน่ชัดหรือจัดหาไฟล์ภาพที่มีขนาดความละเอียด (dpi)

สูงที่สุดเท่าที่มี หากผู้ปฏิบัติงานถ่ายภาพประกอบชิ้นใหม่ด้วยตนเองจะทำให้ได้ภาพที่มีคุณภาพมากที่สุด เพราะภาพนั้นมีผลกระทบกับคุณภาพของชิ้นงานออกแบบเป็นอย่างมาก

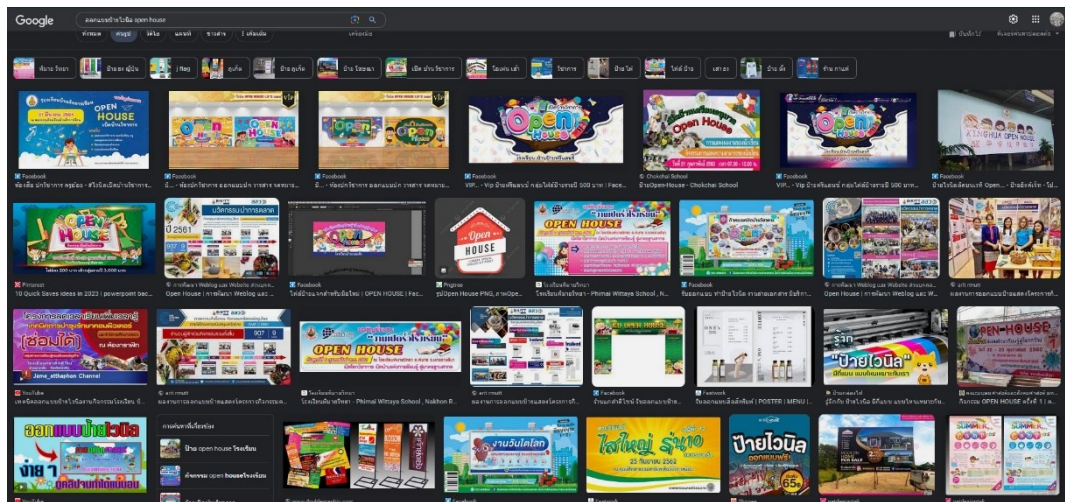
๑.๓ ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวข้องอื่นๆ

คือ ข้อมูลที่ผู้ออกแบบควรทราบไม่มากนักน้อย เพื่อนำมาใช้เป็นทิศทางของการออกแบบงาน เช่น กลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรองที่ต้องรับสื่อ ข้อจำกัดของงาน สีประจำงาน ลวดลายเอกลักษณ์ที่ใช้ หรือปีที่เริ่มจัดในกรณีที่เคยจัดอย่างต่อเนื่อง ที่มาที่ไปของงาน และที่สำคัญคือ ระยะเวลาที่ต้องส่งงานให้ทีมงานได้ตรวจสอบความถูกต้องสวยงามและเวลาที่ต้องการเผยแพร่สื่อ เป็นต้น ในการออกแบบงานขององค์กรเอกชนข้อมูลกลุ่มเป้าหมายจะเป็นหัวใจสำคัญที่สุดที่จะเป็นตัวกำหนดตัวชิ้นงานออกแบบทั้งหมด ทั้งคำโฆษณา ภาษาที่ใช้ สีสัญลักษณ์ที่ใช้และภาพประกอบที่ใช้ล้วนถูกกำหนดจากกลุ่มเป้าหมายทั้งสิ้น แต่ในกรณีของการปฏิบัติงานออกแบบของ มทร.ล้านนา ในบางครั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบจัดงานกิจกรรมหรือโครงการต่างๆ ได้มีการระบุกลุ่มเป้าหมาย และรูปแบบต่างๆ ของงาน ที่เป็นมติจากที่ประชุมให้เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้ปฏิบัติงานจึงสามารถขอข้อมูลที่ผู้จัดต้องการได้โดยตรง โดยไม่ต้องนำกลุ่มเป้าหมายมาวิเคราะห์ซ้ำให้เสียเวลาจนทำให้งานล่าช้าได้

๑.๔ ข้อมูลที่เป็นองค์ความรู้เพิ่มเติม

คือ ข้อมูลที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของงาน แต่เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ ที่อาจได้ใช้ประกอบการตัดสินใจในการออกแบบงาน เช่น กระแสของโลกในขณะนั้น ทฤษฎีสี การจัดวางองค์ประกอบ การใช้ตัวอักษร การนำภาพที่เป็นของผู้อื่นมาใช้งาน กฎหมายการละเมิดลิขสิทธิ์ที่เกี่ยวข้องกับงานออกแบบ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ปฏิบัติงานควรทราบเพื่อมิให้เกิดปัญหาต่างๆ ด้านกฎหมายขึ้นในภายหลัง

ข้อมูลที่เป็นส่วนสำคัญหลักคือ “ข้อมูลตัวอักษร” และ “ข้อมูลรูปภาพ” จะเป็นนามธรรมที่แสดงให้เห็นเป็นภาพในรูปแบบของสื่อ แต่ในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องและข้อมูลที่เป็นองค์ความรู้เพิ่มเติม นั้น คือพื้นฐานและส่วนเสริมที่ช่วยให้การกำหนดทิศทางการออกแบบมีรูปแบบที่ชัดเจนขึ้น อาจเป็นข้อมูลที่ผู้ปฏิบัติงานทราบอยู่แล้วหรือเป็นข้อมูลใหม่ก็ได้ แต่ควรมีแหล่งอ้างอิงที่ชัดเจนเชื่อถือได้ ถือว่าเป็นข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญต่อการออกแบบที่ควรทราบก่อนลงมือออกแบบงานเช่นกันและข้อมูลทั้งหมดที่ได้จะเป็นฐานข้อมูลดิบ(Raw Data) ที่จะนำไปวิเคราะห์ในลำดับต่อไป การรวบรวมข้อมูลและกำหนดแนวความคิดของงานออกแบบสื่อป้ายไวเนล ผู้ปฏิบัติงานสามารถค้นหาแนวความคิดจากงานออกแบบที่มีผู้ออกแบบและเผยแพร่ไว้แล้วเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบงานได้ แต่จะไม่สามารถคัดลอกหรือนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานตนได้เพราะมีกฎหมายลิขสิทธิ์คุ้มครองผู้ที่เป็นเจ้าของผลงานการออกแบบนั้นอยู่ อาจทำให้ผู้ปฏิบัติงานละเมิดสิทธิ์และทำผิดกฎหมายได้ แต่ในการสืบค้นรูปแบบงานของผู้อื่นที่ผ่านการเผยแพร่แล้วผู้ปฏิบัติงานสามารถศึกษารูปแบบวิธีการใช้ภาษา กราฟิก สี และรูปแบบตัวอักษรที่นิยมมาประกอบการตัดสินใจเลือกแนวความคิด ในการออกแบบ(Concept of Design) ของตนได้ ยกตัวอย่างเช่น เมื่อผู้ปฏิบัติงานได้รับมอบหมายงานให้ออกแบบป้ายประชาสัมพันธ์งาน Open House ๒๐๒๒ ในการค้นหางานป้ายที่มีการเผยแพร่ไปแล้วในเว็บไซต์สามารถทำได้ดังภาพตัวอย่างการค้นหางานออกแบบป้ายไวเนลงาน Open House ที่มีการเผยแพร่ในอินเทอร์เน็ต(Internet) จากเว็บไซต์ Google



ภาพประกอบที่ ๑๐ ตัวอย่างการค้นหางานออกแบบป้ายไวเนล
(แหล่งที่มา: <https://www.google.com/search?q>)

๒. ศึกษาข้อมูลรายละเอียดของกิจกรรมเดิมที่เคยจัดมาแล้ว (Case Study)

การศึกษาข้อมูลรายละเอียดของงาน กิจกรรม โครงการเดิมที่เคยจัดมาแล้ว หรืองานที่จัดในรูปแบบคล้ายคลึงกันมาก่อนแล้วนั้น เป็นการศึกษากรณีตัวอย่างที่ช่วยทำให้ผู้ปฏิบัติงานเข้าใจรูปแบบแนวทางเดิมและหัวใจสำคัญของงาน ไม่ว่าจะเป็รูปแบบงาน สี ขนาดของงาน ขนาดตัวอักษร การใช้ภาพประกอบต่างๆ เป็นการศึกษาข้อดีและข้อเสียของงานที่เคยเกิดขึ้นมาแล้ว ทำให้ผู้ปฏิบัติงานทราบและระวังไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดนั้นซ้ำอีกครั้ง เป็นการป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในงาน และยังเป็นการศึกษาข้อมูลงานออกแบบเดิมหรือกรอบความคิดเดิมที่เคยจัดทำมาแล้ว และไม่ทำรูปแบบงานซ้ำหรือคล้ายคลึงกันจนเกินไป เพราะอาจทำให้งานนั้นน่าเบื่อ หรือผู้รับสารอาจคิดว่าเป็นงานเดิมและไม่ให้ความสนใจ

ในการออกแบบและผลิตสื่อป้ายไวเนลก็เช่นกัน ผู้ปฏิบัติงานควรดูแนวทางและศึกษกรณียตัวอย่าง (Case Study) จากสื่อที่เคยจัดทำหรือได้รับการเผยแพร่มาแล้ว เพื่อให้การทำงานที่กำลังจะลงมือปฏิบัตินั้นได้งานสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ผู้ปฏิบัติงานควรมีข้อสังเกตดังนี้

๒.๑ ขนาดของป้ายไวเนลเดิมที่เคยเผยแพร่ไปแล้วมีความเหมาะสมกับจุดติดตั้งหรือไม่

๒.๒ สีและองค์ประกอบที่ใช้ในการออกแบบงานนั้นเด่นสะดุดตา เหมาะสม และน่าสนใจหรือไม่

๒.๓ ตัวอักษรบนป้ายไวเนล มีขนาดเหมาะสม และปริมาณตัวอักษรมากหรือน้อยเพียงใด สามารถอ่านเข้าใจได้อย่างรวดเร็วเมื่อเห็นสื่อหรือไม่

๒.๔ รูปภาพประกอบเหมาะสมและสื่อสารความหมายได้ตรงประเด็นกับงานเข้าใจได้ง่ายหรือไม่

๒.๕ สามารถเข้าใจความหมายของป้ายไวเนลที่ประชาสัมพันธ์ได้ทันทีที่เห็นหรือไม่

๓. สรุปเนื้อหาและกำหนดแนวความคิด (Concept) จากข้อมูลต่างๆ ที่มีที่ต้องการ ประชาสัมพันธ์

๓.๑ การสรุปเนื้อหาทั้งหมด

เป็นการสรุปข้อมูลเพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวความคิด (Concept) ของงาน ซึ่งแนวความคิดที่ดีนั้นต้องเป็นแนวความคิดที่ตอบสนองเป้าหมายของการจัดงานและยังเป็นจุดเริ่มต้นของงานออกแบบที่กำลังจะลงมือปฏิบัติตนเอง เพราะฉะนั้นการสรุปเนื้อหาที่ดีย่อมทำให้งานออกแบบมีคุณภาพเพิ่มมากยิ่งขึ้น เมื่อผู้ปฏิบัติงานได้ข้อมูลที่เป็นตัวอักษร ข้อมูลรูปภาพ ข้อมูลทั่วไป และข้อมูลองค์ความรู้เพิ่มเติมเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงนำมาสรุปข้อมูลที่มีทั้งหมดด้วยการคัดเลือกข้อมูลตัวอักษรที่เรียกง่ายๆ ว่า “ข้อความ” และคัดเลือกข้อมูลรูปภาพหรือที่เรียกว่า “ภาพประกอบ” ที่คาดว่าจะใช้จริงในงานออกแบบ จากพื้นฐานของ “ข้อมูลทั่วไป” และ “องค์ความรู้เพิ่มเติม” เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน

ยกตัวอย่าง การออกแบบป้ายประชาสัมพันธ์งาน Open House ๒๐๒๓ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา(มทร.ล้านนา) สามารถสรุปข้อมูลเนื้อหาทั้งหมดได้ตามขั้นตอนดังนี้

๓.๑.๑ การสรุปข้อมูลตัวอักษรเกี่ยวกับงาน Open House ๒๐๒๒ เป็นขั้นตอนการนำข้อมูลที่เป็นคำ วลี ประโยค หรือตัวอักษรที่ใช้ในงานสื่อประชาสัมพันธ์ขององค์กรอื่นๆ มาสรุปว่ามีรูปแบบการใช้อย่างไร แล้วคัดเลือกรูปแบบที่สอดคล้องกับข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับงาน ที่ได้รับมอบหมายขององค์กร เช่น กลุ่มเป้าหมายหลักของงาน Open House ๒๐๒๓ มทร.ล้านนา ที่ต้องการประชาสัมพันธ์ให้รับทราบข่าวสาร คือ นักเรียนของโรงเรียนต่างๆ ในภาคเหนือ และกลุ่มเป้าหมายรองคือ นักศึกษา บุคลากร มทร.ล้านนา และประชาชนทั่วไป นี่เป็นข้อมูลทั่วไปที่แน่ชัด ผู้ปฏิบัติงานสามารถนำมาเป็นตัวชี้วัดในการคัดเลือกสี การจัดองค์ประกอบ การเลือกใช้วลีหรือประโยคคำพูด และรูปแบบของอักษร (Font) ของสื่อประชาสัมพันธ์ตัวอย่างได้เป็นต้น ผู้ปฏิบัติงานควรใช้วิธีการสรุปข้อมูลด้วยวิธีดังนี้

๑) คัดเลือกสื่อประชาสัมพันธ์ตัวอย่างที่ได้ค้นหาแล้วและเลือกรูปแบบที่มีผู้ใช้ประชาสัมพันธ์มากที่สุดและมีความเหมาะสมกับรูปแบบกลุ่มเป้าหมายของสื่อประชาสัมพันธ์ขององค์กร เพื่อสรุปข้อความและรูปแบบแนวทางการใช้สี ลักษณะของตัวอักษร ที่จะกลายเป็นบุคลิกของงานออกแบบต่อไป เพราะในการเลือกใช้รูปแบบข้อความตามที่มีผู้ใช้ประชาสัมพันธ์มากที่สุดมาแล้วนั้น จะทำให้เกิดเป็นการต่อยอดการเผยแพร่สื่อที่มีการรับรู้ของกลุ่มผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายอยู่แล้วว่าหากมีสื่ออื่นที่มีลักษณะคล้ายกันออกมาให้เห็นจะสามารถรับรู้ได้ทันทีว่าเป็นงานอะไร ดังนั้นหากผู้ปฏิบัติงานต้องการให้สื่อประชาสัมพันธ์สามารถสื่อสารความหมายข้อความได้ในวงกว้างและรวดเร็ว การคัดเลือกรูปแบบข้อความของสื่อที่ดี มีประสิทธิภาพอยู่แล้วมาใช้เป็นแนวทางจึงเป็นข้อสำคัญอีกขั้นตอนหนึ่งที่ต้องให้ความสำคัญ ดังเช่นภาพตัวอย่างงานที่คัดเลือกมาแล้วจากการค้นหาสื่อในอินเทอร์เน็ต



ภาพประกอบที่ ๑๑ ตัวอย่างงานออกแบบป้ายงาน Open House ที่มีการเผยแพร่แล้วขององค์กรอื่นๆ
 (แหล่งที่มา: <https://www.google.com/search?client /open house>)

๒) ตรวจสอบสื่อประชาสัมพันธ์เดิมที่เคยเผยแพร่ไปแล้ว ว่ามีข้อมูลตัวอักษร วลีหรือประโยค หรือคำขวัญที่จำเป็นต้องใช้ประชาสัมพันธ์ต่อเนื่องหรือไม่ เพราะถือเป็นการแสดงตัวตนเฉพาะของกิจกรรมนั้น คือสัญลักษณ์ของงานที่บ่งบอกความเป็นตัวตนในการจัดกิจกรรมให้กลุ่มเป้าหมายรับทราบว่าการจัดกิจกรรมนี้ขึ้นอีกครั้งแล้ว ทำให้มีการตอบสนองของกลุ่มเป้าหมายที่เร็วยิ่งขึ้นกว่าที่จะทำความเข้าใจกับคำขวัญหรือประโยคคำประชาสัมพันธ์คำใหม่ที่ใช้จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์

ภาพตัวอย่างป้ายงาน Open House เดิมที่เคยใช้ประชาสัมพันธ์



ภาพประกอบที่ ๑๒ ตัวอย่างงานออกแบบเดิมที่เคยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์
ของงาน Open House ๒๐๑๙ ของ มทร.ลำปาง

ตั้งภาพตัวอย่างป้ายงาน Open House เดิมที่เคยใช้ประชาสัมพันธ์ของ มทร. ลำปาง ผู้ปฏิบัติงานจะเห็นถึงข้อมูลเดิมที่ใช้เผยแพร่ไปแล้วมีอะไรบ้าง และข้อความส่วนไหนยังสามารถนำกลับมาเผยแพร่ซ้ำได้อีกหรือไม่ แต่บางครั้งการจัดกิจกรรมในแต่ละปีอาจใช้คำประชาสัมพันธ์นำเสนอในรูปแบบใหม่ตามความนิยม หรือตามนโยบายขององค์กรเพื่อให้ความทันสมัยเป็นปัจจุบัน ในการศึกษาขางานออกแบบจากป้ายเดิมที่เคยประชาสัมพันธ์แล้วก็ยังสามารถศึกษาว่าเคยประชาสัมพันธ์อะไรไปแล้วและควรประชาสัมพันธ์สิ่งใดต่อจากเดิมเพื่อให้ความสอดคล้องและต่อเนื่องที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์ขององค์กรที่ชัดเจนได้

ยกตัวอย่างการสรุปข้อมูล: จากการศึกษาข้อมูลงานออกแบบที่มีการเผยแพร่อยู่แล้วในอินเทอร์เน็ตและจากงานออกแบบเดิมขององค์กร คำที่ควรใช้และมีในงานที่จะทำให้เป็นเอกลักษณ์ของการออกแบบป้ายงาน Open House ที่มีความนิยมมากที่สุดดังนี้

๑. ตัวอักษรคำว่า “Open House”
๒. ตัวอักษรคำ ที่บ่งบอกว่าเป็นงาน Open House ขององค์กรใด
๓. ตัวอักษร วัน เวลาและสถานที่ และ ช่องทางติดต่อสอบถาม
๔. ตัวอักษรที่บ่งบอกกิจกรรมภายในงาน

๓.๑.๒ การสรุปข้อมูลภาพที่ใช้ในการออกแบบป้ายงาน Open House ๒๐๒๓

เป็นการรวบรวมข้อมูลภาพที่จะนำมาใช้ประกอบงานออกแบบ เพื่อให้สื่อประชาสัมพันธ์สื่อสารได้ตรงประเด็นและกลุ่มเป้าหมายเข้าใจได้ง่าย จึงเป็นสิ่งจำเป็นต่องานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์อย่างยิ่ง ในการเก็บข้อมูลรูปภาพจะมีลักษณะภาพอยู่ ๒ ประเภท คือ ภาพจริง และภาพกราฟิกเวกเตอร์ (Vector Graphics) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

๑) **ภาพจริง (Image)** เป็นภาพที่จัดอยู่ในกลุ่มของภาพ Bitmap หรือ Raster คือภาพที่เกิดจากจุดสีเล็กๆ จำนวนมากมาเรียงต่อกันเป็นภาพหากมีการขยายภาพมากๆ จะเห็นเป็นช่องสี่เหลี่ยมสีต่างๆ จำนวนมาก ภาพจริงในความหมายที่กล่าวถึงคือภาพที่ได้จากการถ่ายภาพสิ่งของ บุคคลหรือสถานที่จริง เช่น ภาพตึกอาคารเรียน ภาพถนน ภาพนักศึกษาหรือบุคลากร ภาพสัตว์ ภาพต้นไม้และดอกไม้ เป็นต้น ที่เป็นการนำเสนอภาพที่เกิดจากการถ่ายภาพประกอบในงานออกแบบ แต่ลักษณะของภาพรูปแบบกราฟิกที่ได้รับการส่งออกไฟล์งาน(Export) เป็นไฟล์นามสกุล jpg png tif แล้ว ไฟล์เหล่านี้จะกลายเป็นภาพ Raster ได้เช่นกัน การนำภาพเหล่านี้มาประกอบในงานออกแบบควรระวังในเรื่องของความละเอียดภาพที่ควรมีความละเอียดเหมาะสมไม่เล็กหรือใหญ่เกินไป และภาพที่จะนำมาใช้ควรมีความหมายภาพที่ตรงตัวหรือสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานออกแบบ ยกตัวอย่างเช่น การออกแบบป้ายงาน Open House ๒๐๒๓ อาจมีการใช้ภาพนักศึกษา ภาพการเรียนการสอน หรือภาพบัณฑิตที่เรียนจบแล้ว เป็นต้น

การออกแบบที่ใช้ภาพจริงนำเสนอจะสะท้อนวัตถุประสงค์ของความเป็นจริงผ่านสื่อ ทำให้สื่อที่ประชาสัมพันธ์ออกไปให้ความรู้สึกสมจริง มีความจริงจังเป็นทางการมากกว่าการใช้ภาพกราฟิกประกอบงานออกแบบ เพื่อให้เข้าใจถึงสถานการณ์จริงได้ดียิ่งขึ้น ดังภาพตัวอย่างภาพจริงที่ใช้ในงานออกแบบ



ภาพประกอบที่ ๑๓ ตัวอย่างงานออกแบบป้ายที่ใช้ภาพจริงประกอบงาน Open House ๒๐๑๙ ของ มทร.สกลนคร



ภาพประกอบที่ ๑๔ ตัวอย่างภาพจริงที่ใช้ประกอบในงานออกแบบป้ายงาน Open House ๒๐๑๙ ของ มทร.ล้านนา

๒) ภาพกราฟิกเวกเตอร์ (Vector Graphics) เป็นภาพที่จัดอยู่ในกลุ่มของภาพ Vector Graphics ที่เกิดจากการกำหนดพิกัดและการคำนวณค่าบนระนาบสองมิติรวมทั้งมุมและระยะทาง ตามทฤษฎีเวกเตอร์เกิดจากจุด เส้น เส้นโค้ง และรูปร่างที่สร้างขึ้นจากสูตรทางคณิตศาสตร์ ภาพเหล่านี้เป็นภาพที่เกิดจากการสร้างสรรค์ในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ขึ้นมาเพื่อลอกเลียนแบบคน สัตว์ สิ่งของ หรือสิ่งแวดล้อมอื่นๆ ลักษณะไม่เหมือนภาพจริง เพราะถูกลด ตัดทอน รายละเอียดของภาพออกไป แต่ยังคงรูปลักษณ์ของสิ่งที่สร้างสรรค์ไว้อยู่ สามารถมองออกได้ว่าเป็นภาพของอะไร ยกตัวอย่างเช่น ภาพสัญลักษณ์ ภาพโลโก้ ภาพผู้หญิงผู้ชาย ภาพหุ่นยนต์ ภาพอาคารสถานที่ หรือวัตถุอื่นๆ เป็นต้น

การใช้ภาพกราฟิกประกอบการออกแบบ จะให้ความรู้สึกถึงความทันสมัย ไม่จริงจังหรือมีความเป็นทางการมากเกินไป สามารถสร้างสรรค์สีสันและลายเส้นได้หลากหลาย โดยมากจะใช้ในงานที่ไม่จริงจัง หรือใช้ในงานออกแบบที่ต้องการสื่อสารกับนักศึกษาที่เป็นคนรุ่นใหม่จะสามารถดึงดูดความสนใจได้มากกว่างานออกแบบที่ให้ความรู้สึกที่จริงจังหรือเป็นทางการ ผู้ปฏิบัติงานสามารถดาวน์โหลดภาพกราฟิกได้จากเว็บไซต์ที่มีบริการให้ฟรีแล้วนำมาปรับใช้ประกอบในงานออกแบบได้ เพื่อให้ปฏิบัติงานด้วยความรวดเร็วยิ่งขึ้น



ภาพพื้นหลัง



ภาพสัญลักษณ์ของงาน Open House



ภาพประกอบวัตถุต่างๆ



ภาพตราสัญลักษณ์ ของคณะและมหาวิทยาลัย

ภาพประกอบที่ ๑๕ ตัวอย่างภาพกราฟิกที่ใช้ประกอบในงานออกแบบป้าย Open House ๒๐๒๒

ในการสรุปข้อมูลภาพและตัวอักษรที่รวบรวมมาทั้งหมดเพื่อที่จะใช้ประกอบในการออกแบบนั้นยังเป็นข้อมูลเบื้องต้นที่ยังสามารถแก้ไขให้ดีขึ้นได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลในลำดับต่อไป เพื่อให้ได้งานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพที่สุด แล้วจึงนำเสนอผู้เชี่ยวชาญหรือผู้บังคับบัญชาในการขอคำแนะนำเพื่อให้งานสมบูรณ์ยิ่งขึ้นและผ่านการเห็นชอบเพื่อการปฏิบัติงานในขั้นตอนต่อไป

๓.๒ การกำหนดแนวความคิดในการออกแบบ (Concept of Design)

แนวความคิดในการออกแบบ (Concept of Design) คือแนวทางที่จะนำไปใช้ในการสร้างสรรค์งานออกแบบโดยต้องอาศัยจินตนาการผนวกกับสิ่งที่เป็นแนวความคิดเริ่มต้นที่จะนำมาใช้เป็นพื้นฐานในการออกแบบสิ่งต่างๆ เช่น การออกแบบป้ายที่มีแนวความคิดในการออกแบบมาจากความฝันของเด็กๆ ที่มีการวาดฝันของตนเองเช่น จิตรกรนักวาดรูปตัวน้อย ซึ่งผู้ปฏิบัติงานอาจจะใช้อุปกรณ์ในการใช้วาดภาพ หรือพื้นผิวของกระดาษวาดรูปหรือผ้าใบที่จิตรกรใช้ในการวาดรูปมาตกแต่งในงานออกแบบ เป็นต้น การเลือกสรรค์สิ่งต่างๆ ที่ได้จากพื้นฐานแนวความคิดที่ได้เลือกมาแล้วทั้งหมด จะทำให้สามารถนำมาสร้างเป็นแนวคิดหลักในการออกแบบได้ (Conceptual Design) เมื่อผู้ปฏิบัติงานได้สรุปข้อมูลทั้งหมดเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จะทำให้เริ่มทราบถึงสิ่งที่ควรกระทำอย่างเป็นรูปธรรมและเล็งเห็นภาพร่างของสื่อที่จะต้องออกแบบในเบื้องต้น ทั้งนี้จึงทำให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถกำหนดกรอบแนวคิดออกมาได้ด้วยการคิดรวบยอด ซึ่ง “การคิดรวบยอด หรือ มโนทัศน์ หมายถึง ภาพหรือความคิดในสมองของบุคคลที่เป็นตัวแทนของสิ่งหนึ่ง ซึ่งภาพหรือความคิดนั้นจะประกอบด้วยคุณสมบัติร่วมที่เป็นลักษณะเฉพาะของสิ่งนั้น สำหรับสิ่งหนึ่งหรือเรื่อง หนึ่งนั้นแต่ละบุคคลอาจมีภาพหรือความคิดในสมองต่างกันไป” (ราชบัณฑิตยสถาน, ๒๕๕๑: ๘๓) เมื่อผู้ปฏิบัติงานมีความคิดในสมองที่เป็นภาพร่างจากพื้นฐานข้อมูลทั้งหมดแล้วจะต้องเขียนออกมาให้ชัดเจนและกำหนดแนวความคิดที่ชัดเจนออกมา เพื่อให้การปฏิบัติงานออกแบบไม่

ออกนอกกรอบวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยมีตัวอย่างวิธีการเขียนสรุปข้อมูลเพื่อกำหนดแนวความคิด ดังนี้

๓.๒.๑ **โจทย์ตั้งต้น (Program Analysis)** คือ การออกแบบและผลิตสื่อ ประชาสัมพันธ์งาน Open House ๒๐๒๒

๓.๒.๒ **วัตถุประสงค์ (Objective)** เพื่อให้มีกลุ่มเป้าหมายและบุคคลภายนอก เข้าร่วมกิจกรรม Open House ๒๐๒๒ ภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

๓.๒.๓ **กลุ่มเป้าหมาย (Target Audience)** คือนักเรียนจากโรงเรียนและวิทยาลัยต่างๆ ในเขตภาคเหนือ

๓.๒.๔ **สื่อที่จัดทำ (Media)** คือ ป้ายไว้นิลประชาสัมพันธ์ใน มทร.ล้านนา

๓.๒.๕ **ข้อจำกัดของสื่อ (Limitation)** คือ ออกแบบป้ายไว้นิลให้มีขนาดเท่ากับ จุดติดตั้งที่พอดีในทุกจุด

๓.๒.๖ **ข้อความสื่อสารหลัก (Message)** คือ RMUTL Open House เปิดบ้าน ราชมงคล ปี ๒๕๖๕

๓.๒.๗ **ภาพประกอบ (Illustration)** คือ ภาพกราฟิกสีสันสดใส ที่แสดงถึงการ เรียนการสอนในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

๓.๒.๘ **ข้อความคำโปรย (Blurb)** คือ คำที่ใช้เพื่อบอกรายละเอียดของงานสั้นๆ แต่ต้องมีความน่าสนใจ โดยวิเคราะห์และคัดกรองจากรายละเอียดกิจกรรมทั้งหมด

๓.๒.๙ **แนวความคิด (Concept)** คือ การวาดฝันของเด็กๆ ที่มีแต่โลกที่สวยงาม สดใส

จากตัวอย่างการสรุปข้อมูลข้างต้นจะทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นภาพรวมและกรอบ แนวความคิด (Concept) เบื้องต้น ที่ผู้ปฏิบัติงานสามารถมองเห็นเป็นภาพร่างคร่าวๆ ในหัวได้ แต่ข้อมูลพื้นฐานเหล่านี้ยังมีตัวอักษรบางส่วนยังไม่ใช่ข้อมูลที่เป็นข้อมูลที่ใช้ในงานได้เลยทันที เช่น คำประชาสัมพันธ์ข้อมูลกิจกรรมต่างๆ ที่จำเป็นต้องมีในป้ายประชาสัมพันธ์ ต้องมีการนำไป วิเคราะห์และกลั่นกรองข้อมูลต่อเพื่อให้สื่อประชาสัมพันธ์ได้มีข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำมากที่สุด

ปัญหา : ที่อาจเกิดขึ้นในขั้นตอนการรวบรวมข้อมูลประกอบการออกแบบ

๑. ข้อมูลของกิจกรรมที่ได้รับมอบหมายงานยังไม่แน่นอน มีการเปลี่ยนแปลงของกิจกรรม ตลอดเวลาจนไม่สามารถที่จะสรุปข้อมูลต่างๆ ได้ ทำให้การปฏิบัติงานในขั้นตอนต่อไปล่าช้า

๒. ข้อมูลภาพมีขนาดและความละเอียดภาพเล็ก เพราะเป็นรูปที่สืบค้นมาจากอินเทอร์เน็ต (Internet) ที่ต้องการใช้มีรูปแบบที่เหมาะสมกับงาน

๓. ข้อมูลภาพที่ได้รับจากส่วนงานที่เกี่ยวข้องที่ร้องขอใช้บริการเป็นภาพที่มีลิขสิทธิ์ เพราะ ผู้ปฏิบัติงานหน่วยงานอื่นอาจไม่ทราบเรื่องของลิขสิทธิ์ภาพ จึงมีการนำรูปมาใช้งาน เมื่อส่ง ข้อมูลภาพนั้นมาให้ผู้ปฏิบัติงานทำการออกแบบจะไม่สามารถนำมาใช้ในงานออกแบบได้ หากมิได้ รับผิดชอบต่อ

แนวทางแก้ไขปัญหา :

๑. ผู้ปฏิบัติงานต้องมีการสืบค้นข้อมูลเพิ่มเติมด้วยตนเองจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เช่น มหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงหรือองค์กรเอกชนที่ชำนาญเฉพาะด้านนั้นๆ ที่ได้รับการยอมรับ
๒. ผู้ปฏิบัติงานต้องนำภาพที่ต้องการใช้มาทำให้เป็นภาพกราฟิกที่เป็นไฟล์Vector ในโปรแกรม Adobe Illustrator เพื่อที่จะทำให้เมื่อมีการขยายภาพให้ใหญ่ขึ้นในการทำป้ายไว้นิล ขนาดใหญ่ภาพนั้นจะไม่แตก
๓. หากข้อมูลภาพที่สืบค้นมามีลิขสิทธิ์เป็นภาพที่ไม่ได้ระบุว่าคุณสมบัติให้ใช้งานโดยอิสระได้ ให้ทราบไว้ว่าภาพเหล่านั้นอาจมีลิขสิทธิ์ ผู้ปฏิบัติงานไม่สามารถนำภาพมาใช้ประกอบงานออกแบบได้โดยพลการต้องมีการขออนุญาตหรือซื้ออย่างถูกต้องตามกฎหมายเท่านั้น และหากภาพนั้นเป็นของหน่วยงานภาครัฐอื่นๆ ผู้ปฏิบัติงานสามารถทำหนังสือราชการขออนุญาตใช้ หรือใช้การประสานงานด้วยวาจาก่อนทางโทรศัพท์ เพื่อความรวดเร็วต่อกระบวนการทำงานลำดับต่อไป และสำหรับภาพที่ไม่มีแหล่งที่มาก็ไม่ควรนำมาประกอบในงานออกแบบ เช่นกัน เพราะอาจทำให้มีผู้แสดงตนเป็นเจ้าของในภายหลังจากที่ได้มีการเผยแพร่สื่ออื่นไปแล้ว และอาจเกิดปัญหาการฟ้องร้องขึ้นในภายหลัง

ข้อเสนอแนะ :

๑. ผู้ปฏิบัติงานควรลงมือสืบค้นหาข้อมูลต่างๆ เพิ่มเติมด้วยตนเอง แม้ว่าจะได้รับมอบหมายงานพร้อมข้อมูลรายละเอียดต่างๆ มาแล้วก็ตาม เพราะจะทำให้ผู้ปฏิบัติงานเข้าใจงานที่ต้องออกแบบมากขึ้น
๒. หากงานที่ได้รับมอบหมายไม่ใช้งานเร่งด่วน ผู้ปฏิบัติงานควรลงมือถ่ายภาพประกอบงานนั้นๆ ด้วยตนเอง เพราะจะทำให้ได้ภาพที่มีคุณภาพมากและยังเป็นเอกลักษณ์ขององค์กรอีกด้วย
๓. ข้อมูลที่ได้มาทั้งหมดควรจัดเก็บในแฟ้มงานแยกตามหัวข้อ เพื่อช่วยให้ง่ายในการสืบค้นนำกลับมาใช้งานในภายหลัง
๔. หากมีการใช้งานภาพกราฟิกให้ผู้ปฏิบัติงานสร้างสรรค์ด้วยตนเองจะทำให้งานออกแบบมีเอกลักษณ์เฉพาะตน

ขั้นตอนที่ ๓ วิเคราะห์ข้อมูล (Analysis) และคิดรูปแบบหลักในการออกแบบ (Theme)

การวิเคราะห์ข้อมูล (Analysis) และคิดรูปแบบหลักในการออกแบบ (Theme) หรือที่นักออกแบบเรียกว่า “การคิดธีมงาน” นั้นเอง เป็นขั้นตอนที่สำคัญมากอีกขั้นตอนหนึ่ง เพราะเป็นขั้นตอนที่จะแสดงให้เห็นภาพของงานออกแบบที่ยังเป็นนามธรรมจากการสรุปรูปฐานข้อมูลที่มีให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจนขึ้น เป็นทิศทางที่จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็วยิ่งขึ้น หากผู้ปฏิบัติงานไม่มีการวิเคราะห์ข้อมูลออกมาและกำหนดธีมออกมาไม่ได้จะทำให้การลงมือปฏิบัติงานออกแบบเป็นไปอย่างสะเปะสะปะ คือ ออกแบบไม่ตรงเป้าหมายงาน จะต้องทำงานออกมาหลายชิ้นงาน เพื่อคัดเลือกงานที่ตรงความต้องการและเป้าหมายงานมากที่สุด และทำให้ใช้เวลาในการทำงานเพิ่มมากขึ้นจนงานสำเร็จล่าช้า

ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่จะทำให้ได้มาซึ่งธีมของงานหลังจากที่ได้สรุปรูปเนื้อหาข้อมูลทั้งหมดแล้วนั้น ผู้ปฏิบัติงานควรปฏิบัติตามขั้นตอนดังนี้

๑. การคิดอย่างเป็นขั้นตอน (Linear Reasoning)

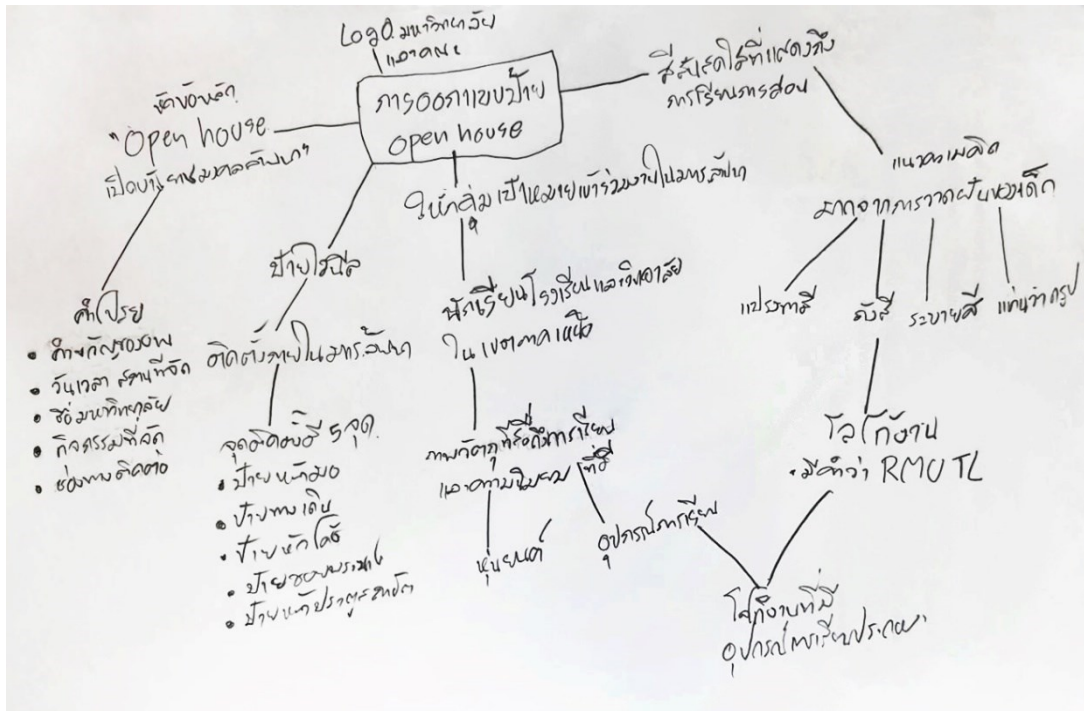
การคิดอย่างเป็นขั้นตอน (Linear Reasoning) นั้นเป็นเหมือนขั้นตอนที่ทำให้เกิดวิคิดและการให้เหตุผลเชิงเส้น เพื่อให้ได้ข้อสรุปแนวทางนำไปสู่การออกแบบที่ดี และมีนักออกแบบที่ได้กล่าวถึงขั้นตอนนี้ว่า “การคิดอย่างเป็นขั้นตอนหมายถึงวิคิดแบบเป็นลำดับขั้นมีแนวทางดำเนินการชัดเจน บ่อยครั้งที่วิธีนี้จะมีการคำนึงถึงไอดีเดียวหรือคอนเซ็ปต์สุดท้ายไว้ล่วงหน้า แล้วจึงสร้างแนวทางการดำเนินการเพื่อไปถึงผลลัพธ์สุดท้ายนั้น ปกติวิธีนี้จะมีการซอยไอดีหลักออกเป็นส่วนย่อยๆ เพื่อให้ง่ายต่อการจัดการ เช่น ส่วนของสี ตัวอักษร องค์ประกอบ ก่อนจะนำทุกส่วนมาควมรวมกันเป็นผลลัพธ์สุดท้ายที่เหมาะสมกับคอนเซ็ปต์ที่กำหนดไว้” (Dabner, Stewart, Zempol, ๒๐๑๕, น.๑๔, ผู้แปล จุติพงศ์ ภูสุมาศและสุวิสา แซ่อึ้ง) วิธีการคิดอย่างเป็นขั้นตอนนี้จึงจำเป็นกับผู้ที่ไม่สามารถขมวดแนวคิดของตนเองให้ครอบคลุมกระบวนการคิดทั้งหมดให้ออกมาเป็นงานออกแบบได้ ซึ่งมีวิธีการและรูปแบบการปฏิบัติดังนี้

๑.๑ การเขียนหัวข้องาน คือการเขียนหัวข้อทั้งหมดจากการสรุปรูปแนวคิดการออกแบบทุกหัวข้อบนกระดาษเพื่อให้มองเห็นภาพรวมทั้งหมดที่ชัดเจน

๑.๒ การเขียนรายละเอียดปลีกย่อย คือการเขียนข้อมูลที่เป็นรายละเอียดอื่นที่นอกจากหัวข้อเพิ่มเติมไว้ได้หัวข้อหลักที่เขียนในขั้นตอนที่ ๑.๑ โดยใช้การโยงเส้นแบบง่ายๆ เพื่อให้ดูเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน เป็นการหาจุดเชื่อมโยงและรวบรวมข้อมูลทั้งหมดให้อยู่ภายใต้แนวความคิดในการออกแบบ

๑.๓ การเขียนจุดเชื่อมโยงอื่นที่เกี่ยวข้อง คือการเขียนข้อมูลเพิ่มเติมจากข้อมูลที่เป็นรายละเอียดอื่น ในข้อ ๑.๒ เช่น การรูปแบบสี วัตถุที่จะใช้เป็นภาพประกอบ ลักษณะลูกเล่นที่แตกออกมาจากแนวความคิดที่ตั้งไว้

เมื่อผู้ปฏิบัติงานได้ลงมือเขียนตามขั้นตอนแล้วจะทำให้เห็นภาพรวมของแนวคิดที่เรียกว่า กรอบแนวคิดที่จะนำไปสู่การแปลงค่าข้อมูลดิบ (Raw Data) ให้เป็นผลลัพธ์ข้อมูลสารสนเทศ (Information) ที่เป็นคำสำคัญ เพื่อที่จะนำไปใช้ในสื่อประชาสัมพันธ์ต่อไป ซึ่งมีวิธีการเขียนการคิดอย่างเป็นขั้นตอน (Linear Reasoning) ดังภาพตัวอย่าง



ภาพประกอบที่ ๑๖ ตัวอย่างภาพกรอบแนวคิดที่ได้จากรูปแบบการคิดอย่างเป็นขั้นตอน (Linear Reasoning)

๒. แปลงค่าข้อมูลดิบ (Raw Data) ให้เป็นผลลัพธ์ข้อมูลสารสนเทศ (Information) ที่เป็นคำสำคัญ

หลังจากการสรุปข้อมูลจนได้กรอบแนวคิดและรูปแบบของข้อมูลทั้งหมดแล้ว ผู้ปฏิบัติงานต้องนำแนวคิดที่ผ่านการคิดอย่างเป็นระบบนี้มาทำการแปลงค่าจากกรอบแนวคิดทั้งหมดซึ่งยังเรียกว่าเป็นข้อมูลดิบ (Raw Data) อยู่ เพราะข้อมูลต่างๆ ที่เป็นกรอบแนวความคิดยังคงเป็นเพียงข้อมูลสรุปพื้นฐานของแนวคิดที่ยังไม่สามารถนำมาวางบนงานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ได้โดยตรง เพราะจะทำให้งานออกแบบไม่มีความน่าสนใจ ข้อความที่จะใช้สื่อสารยังไม่มีรายละเอียดลงตัว บนสื่อมีข้อมูลจัดอยู่รวมกันโดยไม่รู้ว่าการจะประชาสัมพันธ์สิ่งไหนให้เป็นสิ่งสำคัญที่สุดการแปลงค่าข้อมูลดิบจึงเป็นการขัดเกลาข้อมูลต่างๆ ที่มีให้สามารถสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ และให้สารมีความน่าสนใจและมีประสิทธิภาพที่สุด ในการแปลงค่าข้อมูลดิบให้เป็นผลลัพธ์ทางการออกแบบสามารถทำได้ดังนี้

๒.๑ นำกรอบแนวคิดมาแยกกลุ่มตามเส้นแผนภูมิและเพิ่มรายละเอียดที่ขาด ตามลักษณะที่ผู้ปฏิบัติงานได้เขียนข้อมูลต่างๆ เป็นแผนภูมิเชิงเส้นจะทำให้เห็นการเรียงลำดับความสำคัญของข้อมูลก่อนหลังและทราบถึงความเชื่อมโยงของข้อมูลทั้งหมดที่มีต่อกันและทำหน้าที่ต่อกันอย่างไรบ้าง ซึ่งผู้ปฏิบัติงานสามารถแบ่งกลุ่มได้ตามเส้นที่ปรากฏตามสายที่โยงออกจากหัวหลักที่เป็นโจทย์ตั้งต้น โดยแบ่งกลุ่มให้หัวข้อบนสุดเป็นหัวข้อหลักแล้วเพิ่มรายละเอียดลงไปภายใต้หัวข้อในกลุ่มนั้นและปรับเปลี่ยนตัดแปลงข้อมูลให้มีความเหมาะสมแล้วเพิ่มเติมให้ครบทุกหัวข้อตามเส้นสายแผนภูมิ ตามภาพประกอบที่ ๑๖ ตัวอย่างภาพกรอบแนวคิดที่ได้จากรูปแบบการคิดอย่างเป็นขั้นตอน (Linear Reasoning) ผู้ปฏิบัติงานได้แบ่งออกเป็นทั้งหมด ๕ เส้นสายที่ประกอบด้วยหัวข้อดังต่อไปนี้

๒.๑.๑ Logo หรือ ตราสัญลักษณ์ ประกอบด้วย

- ตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
- ตราสัญลักษณ์ของคณะวิศวกรรมศาสตร์
- ตราสัญลักษณ์ของคณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์
- ตราสัญลักษณ์ของคณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์
- ตราสัญลักษณ์ของคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร
- ตราสัญลักษณ์ของวิทยาลัยเทคโนโลยีและสหวิทยาการ

๒.๑.๒ หัวข้อหลักงาน Open House

“ RMUTL Open House ” เปิดบ้านราชมงคลล้านนา ๒๕๖๕

คำโปรย

- คำขวัญของงาน “เรียนรู้ สร้างสรรค์ เทคโนโลยี ก้าวสู่อาชีพ”
- วัน เวลา และสถานที่จัดงาน “วันที่ ๒๑ กันยายน ๒๕๖๕ ณ โรงอาหาร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่
- ชื่อมหาวิทยาลัย “มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา”
- กิจกรรมที่จัด “ชมบูธแนะนำคณะ วิทยาลัยฯ/หลักสูตร สาขา มีโควตา พิเศษ สำหรับนักศึกษาที่สนใจ สามารถเข้าศึกษาต่อได้เลย มีโควตา สำหรับนักศึกษาพิการ สามารถเข้าศึกษาต่อได้เลย (เรียนฟรีตลอด หลักสูตร) กิจกรรม Arch's shop house , กิจกรรม Smart int.Arch, กิจกรรมลายคำล้านนาร่วมสมัย, กิจกรรม I-Design ๒๐๒๒, การถ่ายภาพบุคคล (Portrait Photography), กิจกรรม มัด-มือ-ยิ้ม, กิจกรรม พี่ไค้ช – น้องคิด, กิจกรรม D.P.M-Postcard และกิจกรรม มูเตลู กิจกรรมตอบคำถามความรู้ทั่วไปและหลักการบัญชีเบื้องต้น, กิจกรรมตอบคำถามด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในชีวิตประจำวัน, กิจกรรม IBM Pre-sale ๒๐๒๒, กิจกรรมตอบความรู้เรื่องคำศัพท์ภาษาอังกฤษทางธุรกิจ, กิจกรรมตอบคำถามด้านการจัดการธุรกิจ, กิจกรรม EIC English Skills Assessment, กิจกรรมแสดงผลการปฏิบัติงานการจำลองทางธุรกิจ (Business Simulation), กิจกรรมเปิดบ้านสานฝันการเป็นผู้ประกอบการ, กิจกรรม TOURISM HOUSE กิจกรรมขุดหาแร่ในบ่อบอล “Mine treasure hunts” by RMUTL MiningEn พร้อมทายชื่อแร่จากการทดสอบแร่เบื้องต้น, กิจกรรมถ่ายภาพคู่กับแบล็คกราว์เรือขุด สัญลักษณ์ มหาลัยเหมืองแร่ (รับรูปถ่าย โพรรารอยด์เป็นที่ระลึก ๑ ใบ/คน), กิจกรรมการสาธิตเทคโนโลยีทางวิศวกรรมไฟฟ้า กิจกรรมฝึกทักษะด้านวิศวกรรมเมคคาทรอนิกส์, และ

กิจกรรมกระบวนการแปรรูปในอุตสาหกรรมอาหาร “ไอติมอีมี่ใจ
กระบวนการอย่างไร?”

- ช่องทางการติดต่อ “ www.rmutl.ac.th และ facebook
https://www.facebook.com/rmutl.fanpage และที่อยู่ ๑๒๘ ถนน
ห้วยแก้ว ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ๕๐๓๐๐

๒.๑.๓ ลักษณะของสื่อที่ผลิต

สื่อสิ่งพิมพ์ “ป้ายไว้นิล”

สื่อออนไลน์ “Banner” (สามารถใช้ไฟล์เดียวกันกับป้ายไว้นิลได้)

จุดติดตั้งภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา มีทั้งหมด ๕ จุด

- ป้ายด้านหน้าทางเข้ามหาวิทยาลัย
- ป้ายทางเดินเข้ามหาวิทยาลัย
- ป้ายทางโค้งข้างตึกสำนักงานอธิการบดี
- ป้ายประตูด้านข้างซอยพระนาง
- ป้ายหน้าประตูสถาปัต

๒.๑.๔ วัตถุประสงค์ของการออกแบบสื่อ

ให้กลุ่มเป้าหมาย “เข้าร่วมงานที่จัดภายในมหาวิทยาลัย”

กลุ่มเป้าหมาย “นักเรียนของโรงเรียนและวิทยาลัยต่างๆ ในเขตภาคเหนือ”

สิ่งที่ดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมาย “ภาพวัตถุที่สื่อถึงการเรียนการสอน
และความนิยมในขณะนั้น”

- หุ่นยนต์
- แขนกล/เครื่องจักรกล
- อุปกรณ์การเรียนของแต่ละคณะที่ทำการเรียนการสอน เช่น เครื่องคิด
เลข คอมพิวเตอร์ หมวกช่างโยธา ฟันเฟือง กระดานวาดรูป พู่กันจางสี
 เป็นต้น

๒.๑.๕ รูปแบบการออกแบบของสื่อ

มีสีสันที่สดใสที่แสดงถึงการเรียนการสอน เป็นรูปแบบที่เลือกจากตัวอย่างสื่อ
ประชาสัมพันธ์ส่วนมากที่ได้มีการเผยแพร่ไปแล้วขององค์กรอื่นๆ ที่มีชื่อเสียง

แนวความคิด (Concept) “มาจากการวาดฝันของเด็กๆ” ที่ประกอบด้วย แปร
ทาสี การระบายสี ถังสี แทนวาดรูป สายรุ้ง เป็นต้น

Logo ประจำงาน “เป็นโลโก้ที่มีคำว่า RMUTL ประกอบด้วย” และมีอุปกรณ์การ เรียนประกอบอยู่ในนั้น

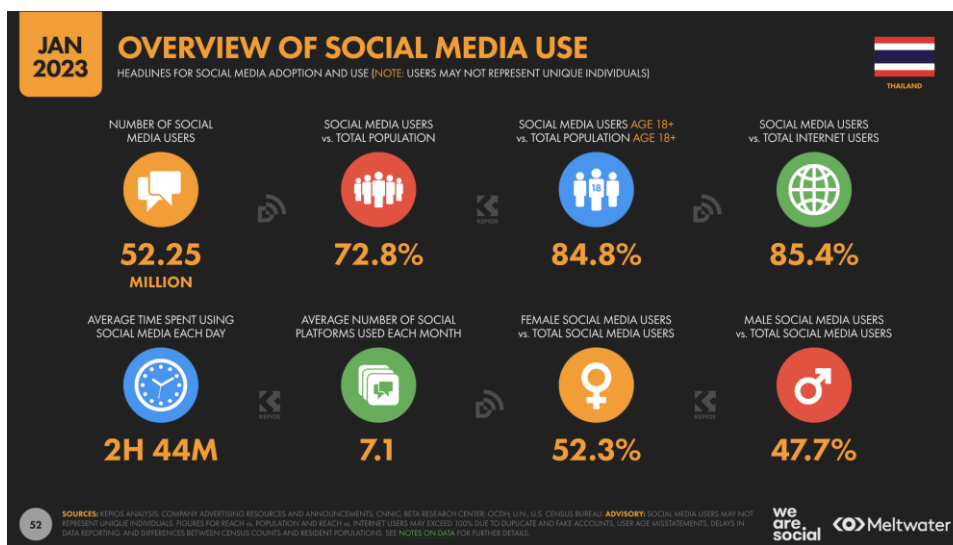
๒.๒ นำกลุ่มเป้าหมายมาวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ เพศ วัย และสื่อที่กำลังสนใจ เพราะจะนำไปสู่แนวทางที่บ่งชี้ถึงพฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อที่จะได้เป็นตัวกำหนดรูปแบบของการออกแบบ เป็นการตีกรอบให้ผู้ปฏิบัติงานทราบว่าควรใช้สื่ออย่างไร การใช้ภาษาอย่างไร ควรจัดองค์ประกอบภาพอย่างไรให้เหมาะสมลงตัวและมีความน่าสนใจต่อกลุ่มเป้าหมายได้อย่างไร ยกตัวอย่างการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายดังนี้

๒.๒.๑ เพศของกลุ่มเป้าหมาย คือ การระบุเพศต่างๆ ที่อาจมีในกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งปัจจุบันมีความหลากหลายทางเพศ หรือเพศทางเลือก LGBTQ เป็นกลุ่มคนที่มีอัตลักษณ์ทางเพศหรือรสนิยมทางเพศที่แตกต่างไปจากคนส่วนใหญ่ในสังคมที่นอกจากเพศชายหรือหญิงตามลักษณะทางกายภาพที่มีมาแต่กำเนิด และในสังคมปัจจุบันยังให้ความสำคัญและให้การยอมรับกับความเท่าเทียมของเพศสภาพเพิ่มมากยิ่งขึ้น “ความหลากหลายทางเพศ เพศสภาพ เพศทางเลือก เอกลักษณ์ทางเพศ เพศวิถี ฯลฯ เหล่านี้ คือศัพท์ที่ถูกบัญญัติขึ้นมาในปัจจุบัน ที่เป็นโลกยุคดิจิทัล ทั้งในแง่รสนิยมทางเพศ (sexual orientation) และอัตลักษณ์ทางเพศ (gender identity) เป็นประเด็นที่สังคมในหลากหลายประเทศให้การยอมรับมากขึ้น เมื่อเทียบกับในอดีต ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือในปี ๒๐๑๙ มี ๒๘ ประเทศที่กำหนดให้การแต่งงานระหว่างเพศเดียวกันอย่างถูกกฎหมาย อีกทั้งในปี ค.ศ. ๒๐๑๖ องค์การอนามัยโลกได้กำหนดวาระการพัฒนาสุขภาพที่ยั่งยืนของประชากรโลก โดยกำหนดว่าภายในปี ๒๐๓๐ ผู้คนทั่วโลกกำลังดำเนินการไปสู่เป้าหมายโลกที่สะท้อนความยุติธรรมสากลทางด้านสุขภาพ ที่เคารพต่อศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์” (นางสาวอัญมณี สัจจาสัย, ๒๕๖๔, น. ๒) และสัญลักษณ์สีที่แสดงออกถึงกลุ่มหลากหลายทางเพศคือสีรุ้ง ที่หลายหน่วยงานได้ใช้แสดงเชิงสัญลักษณ์ว่ามี การสนับสนุนคนกลุ่มนี้โดยใช้สีรุ้งประกอบในโลโก้หรืองานออกแบบสื่อต่างๆ ของหน่วยงาน “LGBTQ นั้นเป็นกลุ่มคนที่มีความหลากหลาย และสีรุ้งเองก็เป็นการรวมตัวกันของหลายสีมาเป็นหนึ่งเดียวเพื่อสร้างสีส้ม โดยสีรุ้งที่มาเป็นสัญลักษณ์ของคนกลุ่มนี้มีจุดเริ่มต้นมาจากการออกแบบธงสีรุ้งของ Gilbert Baker ศิลปินชาวอเมริกันและนักขับเคลื่อนสิทธิมนุษยชนของเกย์ ในปี ๑๙๗๘ ซึ่งได้แรงบันดาลใจมาจากธงชาติของประเทศสหรัฐอเมริกาในวาระฉลองครบรอบ ๒๐๐ ปี ในปี ๑๙๗๖ โดยในแรกเริ่มธงนี้มีด้วยกันทั้งหมด ๘ สี ได้แก่ Hot pink ที่มีความหมายสื่อถึงเรื่องเพศ สีแดง หมายถึงชีวิต สีส้ม หมายถึงการเยียวยา สีเหลือง หมายถึงแสงอาทิตย์ที่ส่องสว่าง สีเขียวหมายถึงธรรมชาติ สีฟ้า Turquoise หมายถึงเวทมนต์ สีน้ำเงินม่วง หมายถึงความสามัคคีสีม่วง หมายถึงจิตวิญญาณอันแน่วแน่ ภายหลังได้มีการลดจำนวนของสีบนธงลงเหลือเพียง ๖ สี โดยสีที่ถูกถอดออกคือ Hot pink และสีฟ้า Turquoise เนื่องจากเป็นสีที่มีความพิเศษ ทำให้ยากต่อการผลิต แต่ถึงแม้ว่าจะถูกลดทอนสีลงเหลือเพียงแค่ ๖ แต่ความหมายของสีต่างๆ ก็ยังคงเป็นเช่นเคย” (สิทธิศักดิ์ บุญมั่น และวิชัย ตาโตโรสงค์, ๒๕๖๔ สืบค้นจาก <https://www.amnesty.or.th/latest/blog/๘๘๐/>)

ซึ่งจากข้อมูลนี้จะทำให้เห็นว่าหากองค์กรต้องการที่จะแสดงออกถึงการยอมรับความหลากหลายทางเพศของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อที่จะทำให้กลุ่มเป้าหมายเห็นว่าองค์กรมีการต้อนรับคนกลุ่มนี้ด้วยความเต็มใจ ก็สามารถนำกลุ่มสีที่เป็นสัญลักษณ์เหล่านี้มาใช้ร่วมในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์งาน Open House ได้

๒.๒.๒ วัยของกลุ่มเป้าหมาย คือ การกำหนดช่วงอายุของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักเรียนของโรงเรียนและวิทยาลัยต่างๆ ในเขตภาคเหนือ ที่กำลังเรียนในระดับมัธยม ปวช. และปวส. ซึ่งจะอยู่ในช่วงอายุ ๑๓-๑๘ ปี หรือที่เรียกได้ว่าวัยรุ่นนั่นเอง ผู้ปฏิบัติงานสามารถนำช่วงอายุนี้ไปค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับความนิยมและกิจกรรมที่ชื่นชอบต่อได้ “ตามธรรมชาติของวัยรุ่นนั้น วัยรุ่นเป็นวัยที่มีความอยากรู้อยากเห็น อยากทดลองสิ่งใหม่ๆ ที่ตนสนใจ ทั้งในเรื่องหลักการและแนวคิดต่างๆ เรื่องที่ทำหาย รวมถึงเรื่องเร้นลับ นอกจากนี้ วัยรุ่นยังมีความพยายามที่จะปรับปรุงตนเอง แก้ไขข้อบกพร่องของตน และมีความมุ่งมั่น ในงานที่รับผิดชอบวัยรุ่นจึงมักใช้เวลาว่าง ในการตอบสนองความต้องการเหล่านั้น ทางเลือกของวัยรุ่นในการใช้เวลาว่างอาจเป็นไปในทางที่เกิดประโยชน์ หรือเกิดโทษต่อตัววัยรุ่นเอง หรือต่อสังคม” (แนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น, ๒๕๕๗, สืบค้นจากเว็บ <https://www.gotoknow.org/posts/๕๗๕๓๒๓>) “กิจกรรมบันเทิงที่วัยรุ่นเลือกปฏิบัตินั้นเกิดขึ้นจากเหตุผลเพียงข้อเดียว นั่นคือเพื่อให้ร่างกายผ่อนคลายความตึงเครียด และความกดดันที่เกิดขึ้นในโรงเรียน หรือจากงานที่ได้รับมอบหมายจากทางบ้าน กิจกรรมนันทนาการต่างๆ ที่วัยรุ่นสนใจ มักจะเกี่ยวข้องกับความถนัดของตัววัยรุ่นเอง ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้มีประโยชน์ต่อพัฒนาการทั้ง ๔ ด้านของวัยรุ่น อันได้แก่ ทางร่างกาย อารมณ์ สังคมและสติปัญญา การทำงานพิเศษหรือการทำกิจกรรมนันทนาการของวัยรุ่น” (พรพิมล เจริญนาคินทร์, ๒๕๓๙) จากแหล่งข้อมูลอ้างอิงเหล่านี้จะทำให้เห็นถึงพฤติกรรมของวัยรุ่นที่มีความอยากรู้อยากเห็นต่อสิ่งที่ตนสนใจอย่างแรงกล้าหากมีการจัดทำสื่อที่สามารถดึงดูดความสนใจกลุ่มวัยรุ่นได้จะทำให้มีการเข้ามาศึกษาเพิ่มเติมและนำไปเผยแพร่ต่อในกลุ่มเพื่อนจะทำให้ขยายกลุ่มเป้าหมายที่รับสารเพิ่มขึ้นได้อีก

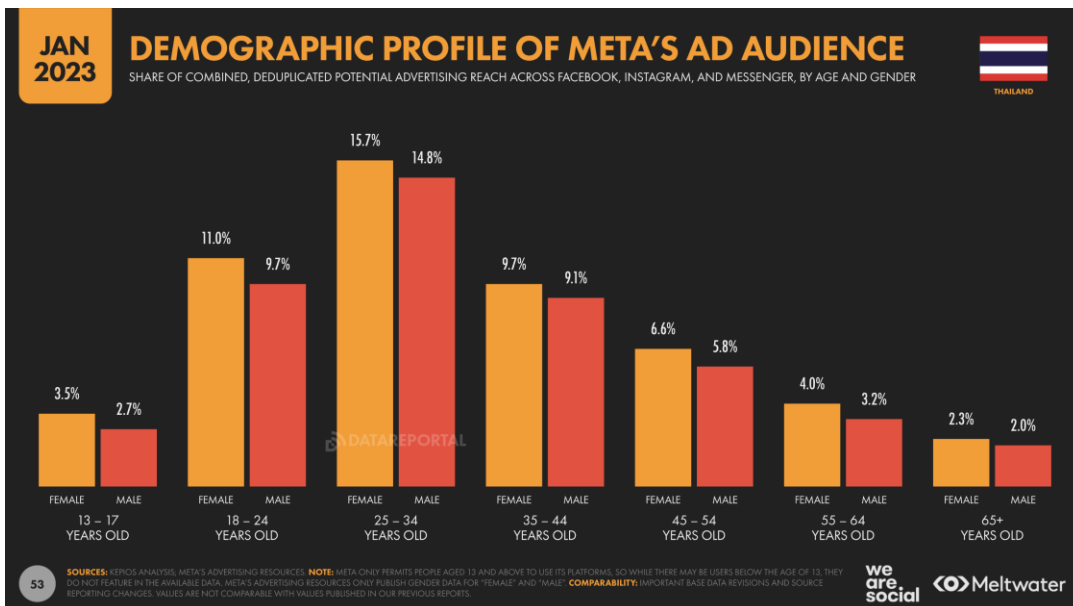
๒.๒.๓ สื่อที่กลุ่มเป้าหมายกำลังสนใจ คือ สื่อที่กลุ่มเป้าหมายต้องการที่จะศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมหรือสื่อที่รับชมเป็นกลุ่มก้อน รวมถึงสื่อสังคมออนไลน์ (Social) ที่กลุ่มเป้าหมายนิยมใช้สื่อสารระหว่างกัน ในข้อนี้ผู้ปฏิบัติงานสามารถนำมาวิเคราะห์ช่องทางของสื่อที่จะเผยแพร่ให้ตรงกลุ่มเป้าหมายได้อีกด้วย ในการสืบค้นข้อมูลเหล่านี้ก็ได้หลายช่องทางให้ผู้ปฏิบัติได้เลือกนำมาใช้วิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลของหน่วยงานอื่นๆ ได้ เช่น การหาข้อมูลจาก Thai Social Media Behavior Stat & Insight ๒๐๒๓ จากรายงาน Thailand Digital Report ของ We Are Social ที่ให้ข้อมูลไว้ดังนี้



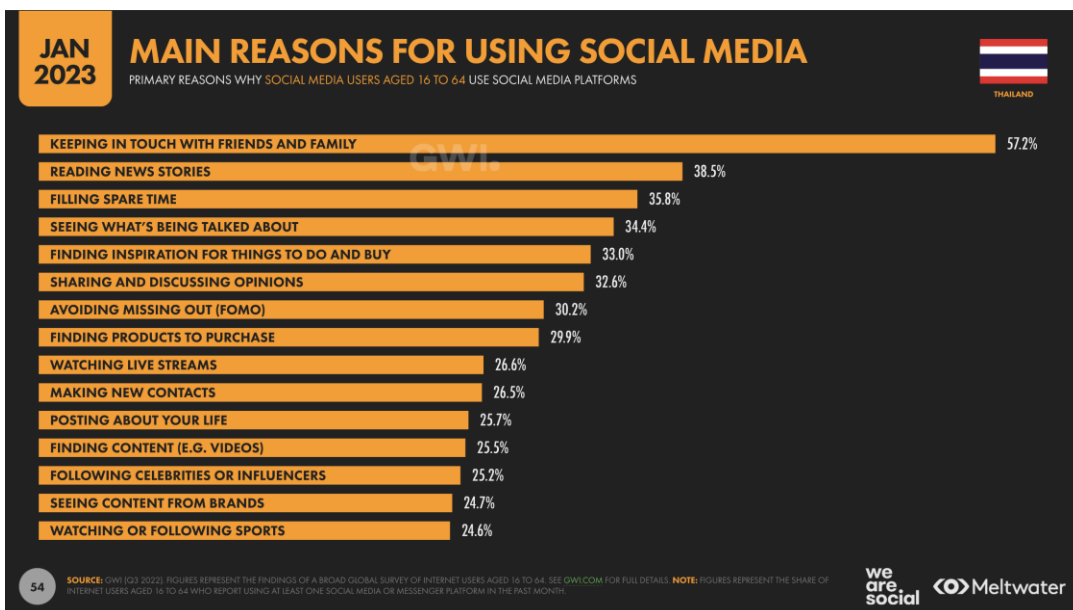
ภาพประกอบที่ ๑๗ ตัวอย่างภาพการใช้โซเชียลมีเดียของคนไทยในปี ๒๐๒๓

(แหล่งที่มา: <https://www.everydaymarketing.co/media/social-media/๑๖-thai-social-media-behavior-stat-insight-๒๐๒๓-from-we-are-social/>)

ภาพรวมการใช้งานโซเชียลมีเดียของคนไทยในปี ๒๐๒๓ นี้ผู้หญิงจะมีการใช้มากกว่าผู้ชาย ด้วยสัดส่วนระหว่าง ๕๒.๓% กับ ๔๗.๗% ในปีล่าสุดคนไทยก็ใช้เวลากับโซเชียลมีเดียวันละ ๒ ชั่วโมง ๔๔ นาที คนไทยหนึ่งคนเล่นโซเชียลมีเดียเฉลี่ย ๗.๑ แพลตฟอร์ม และในการใช้โซเชียลมีเดียมีการใช้ตามช่วงอายุที่แตกต่างกันตามรายงานของภาพประกอบที่ ๑๘ ที่แสดงให้เห็นถึงการใช้อินเทอร์เน็ตของช่วงอายุต่าง ๆ ผู้ปฏิบัติงานสามารถนำข้อมูลส่วนนี้มาช่วยประกอบการตัดสินใจในการเลือกช่องทางเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายยิ่งขึ้น

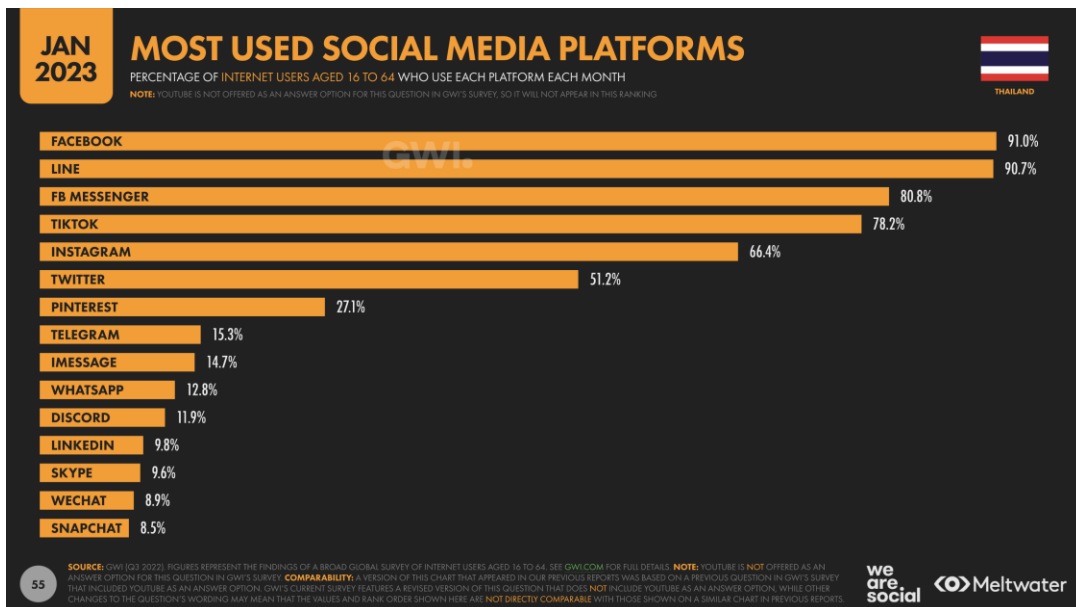


ภาพประกอบที่ ๑๘ ตัวอย่างภาพกราฟการใช้สื่อโซเชียลมีเดียของคนไทยแต่ละช่วงอายุ (แหล่งที่มา: <https://www.everydaymarketing.co/media/social-media/๑๖-thai-social-media-behavior-stat-insight-๒๐๒๓-from-we-are-social/>)



ภาพประกอบที่ ๑๙ ตัวอย่างภาพกราฟวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อโซเชียลมีเดียของคนไทย (แหล่งที่มา: <https://www.everydaymarketing.co/media/social-media/๑๖-thai-social-media-behavior-stat-insight-๒๐๒๓-from-we-are-social/>)

จากกราฟตัวอย่างจะเห็นได้ว่าคนไทยนั้นใช้สื่อโซเชียลเพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ ก็เปอร์เซ็นต์ ดังนี้ ๕๗.๒% ติดต่อเพื่อนฝูงหรือคนในครอบครัว, ๓๘.๕% อ่านข่าวสาร, ๓๕.๘% ฆ่าเวลาว่าง, ๓๔.๔% ดูว่าผู้คนกำลังสนใจเรื่องอะไรอยู่, ๓๓% หาอะไรใหม่ๆ ทำหรือซื้อ, ๓๒.๖% แลกเปลี่ยนความเห็นบนโซเชียล, ๓๐.๒% กลัว FOMO ไม่อยากตกเทรนด์, ๒๙.๙% หาสินค้าที่จะซื้อ, ๒๖.๖% ดู LIVE, ๒๖.๕% หาเพื่อนใหม่ คอนเนคชั่นใหม่ๆ, ๒๕.๗% แอร์ชีวิตประจำวันของตัวเอง, ๒๕.๕% หาคอนเทนต์ใหม่ๆ โดยเฉพาะวิดีโอ, ๒๕.๒% ติดตาม Influencer หรือคนดังทางโซเชียลมีเดีย, ๒๔.๗% ดูคอนเทนต์จากแบรนด์, ๒๔.๖% ดูหรือติดตามการแข่งขันกีฬา และผู้ปฏิบัติงานยังสามารถสืบค้นข้อมูลได้ว่าแพลตฟอร์มไหนที่กำลังเป็นที่นิยมได้จากข้อมูลภาพประกอบที่ ๒๐ โดยมีการใช้ Facebook ๙๑%, LINE ๙๐.๗%, Facebook Messenger ๘๐.๘%, TikTok ๗๘.๒%, Instagram ๖๖.๔%, Twitter ๕๑.๒%, Pinterest ๒๗.๑%, Telegram ๑๕.๓%, iMessage ๑๔.๗%, WhatsApp ๑๒.๘%, Discord ๑๑.๙%, LinkedIn ๙.๘%, Skype ๙.๖%, WeChat ๘.๙%, Snapchat ๘.๕% จากข้อมูลเหล่านี้จะทำให้เห็นว่าผู้ปฏิบัติงานควรเผยแพร่สื่อในแพลตฟอร์มใดบ้างเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย



ภาพประกอบที่ ๒๐ ตัวอย่างภาพกราฟการใช้โซเชียลมีเดียในแพลตฟอร์มต่างๆ

(แหล่งที่มา: <https://www.everydaymarketing.co/media/social-media/๑๖-thai-social-media-behavior-stat-insight-๒๐๒๓-from-we-are-social/>)

๓. ลดทอนข้อมูล (Data Reduction) ให้ลดน้อยลง สื่อข้อมูลให้เป็นข้อสรุปที่เข้าใจได้ง่าย

การลดทอนข้อมูล (Data Reduction) ให้มีขนาดเล็กลงในทางการออกแบบจะหมายถึง การทำให้ข้อมูลล่าสุดที่มีกระชับ เข้าใจง่าย ไม่เยิ่นเย้อ ควรเลือกเฉพาะคำหรือประโยคที่ต้องการสื่อสารจริงๆ เท่านั้น แต่วัตถุประสงค์ของงานยังคงอยู่ เพื่อให้ผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าใจได้ชัดเจน และยังรวมไปถึงรูปที่จะต้องใช้ประกอบในงานออกแบบด้วย ควรเลือกรูปที่มีความหมายเดียวกับหัวข้อเพื่อให้สื่อมีความสอดคล้องกัน ผู้ปฏิบัติงานควรนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้ผ่านการวิเคราะห์มาแล้ว ลด ตัดทอน ทั้งข้อมูลภาพและข้อมูลตัวอักษร เมื่อได้ข้อมูลที่ลดทอนเป็นที่

เรียบร้อยแล้วข้อมูลเหล่านี้จะกลายเป็น “คำสำคัญ” ที่จะนำไปใช้ในการออกแบบรูปแบบหลักของงาน(Theme) ดังตัวอย่าง

ยกตัวอย่างการลดทอนข้อมูล

หัวข้อหลักที่เป็นข้อมูลตัวอักษร : “เปิดบ้านราชมงคลล้านนา ปี ๒๕๖๕”

“OPEN HOUSE ๒๐๒๒”

ข้อมูลตัวอักษรคำโปรย : “เรียนรู้ สร้างสรรค์ เทคโนโลยี ก้าวสู่อาชีพ”

“วันที่ ๒๑ กันยายน ๒๕๖๕ ณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่”

“มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา Rajamangala University of Technology Lanna”

“ชมบูธแนะนำคณะ วิทยาลัยฯ หลักสูตร สาขา, มีโควตาพิเศษ , มีโควตานักศึกษาพิการ, ร่วมกิจกรรมLikeสาระ,Arch's shop house, ถ่ายภาพบุคคล,มัด-มีย่อยม, IBM Pre-sale ๒๐๒๒, EIC English Skills Assessment, การจำลองทางธุรกิจ, ขุดหาแร่ในบ่อบอล, "ไอติมอิมใจ" กระบวนการมายังไง, สาธิตเทคโนโลยีทางวิศวกรรมไฟฟ้า, ตอบปัญหาต่างๆ , กิจกรรมอื่นๆ อีกมากมาย”

“www.rmutl.ac.th,Facebook/ rmutl.fanpage”

ข้อมูลภาพ : “ โลโก้งาน, โลโก้มหาวิทยาลัยและคณะต่างๆ, QR Code Fanpage, ดอกป๊อป, อุปกรณ์การเรียนการสอน

๔. ตีความหมายจากคำสำคัญออกมาเป็นภาพและสรุปรูปแบบหลักของงาน (Theme)

รูปแบบหลักของงาน(Theme) หรือที่นักออกแบบเรียกว่า “ธีม” คือแก่นหรือใจความสำคัญที่จะแสดงออกมาให้เป็นรูปร่าง สามารถมองเห็นได้เป็นภาพอย่างชัดเจนจากการที่ได้คิดวิเคราะห์จากแนวความคิด (Concept) มาแล้วยังทำให้การออกแบบธีมหลักนั้นง่ายยิ่งขึ้นและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายทำให้สื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ “ในเชิงความหมาย ธีม หมายถึงแนวคิดหลัก หรือหัวข้อสำคัญ โดยทั่วไปมักปรากฏอยู่ในงานเขียน ธีมที่โดดเด่นมักจะเผยให้เห็นว่างานนี้เกี่ยวกับอะไร และใช้เป็นตัวช่วยให้เกิดการก่อรูป การหยั่งรู้ และการวิเคราะห์”(ความสำคัญของธีม (Theme,๒๕๖๔, สืบค้นจาก สมาคมพหุติกรรมศาสตร์ <https://bscasince๒๐๑๙.com/archives/๓๖๙๖>) ธีมนั้นเป็นหัวใจสำคัญที่จะทำให้งานออกแบบสื่อที่ต้องมีการจัดทำผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ออกเป็นหลายลักษณะ เช่น การออกแบบจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ จำพวกป้ายไวเนล โปสเตอร์ แผ่นพับ หรือสื่อที่เผยแพร่บนโซเชียล (Social Media) เป็นต้น มีความเป็นเอกลักษณ์ มีเอกภาพ คือ มีชุดภาพสื่อที่มีรูปแบบเดียวกันทั้งหมด เป็นการควบคุมงานออกแบบให้อยู่ในแผนที่วางไว้ไม่หลุดไปจากรูปแบบหลักของงาน คือไม่หลุดธีม ไม่ว่าสื่อจะอยู่ในลักษณะของสื่อแบบไหนหรือเผยแพร่ที่ใด ช่องทางใด ก็ทำให้ผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายเข้าใจได้ทันทีว่านี่คือ “งานเดียวกัน” และธีมมีสิ่งที่จะต้องกำหนดให้แน่ชัดนั้นมีด้วยกันดังนี้

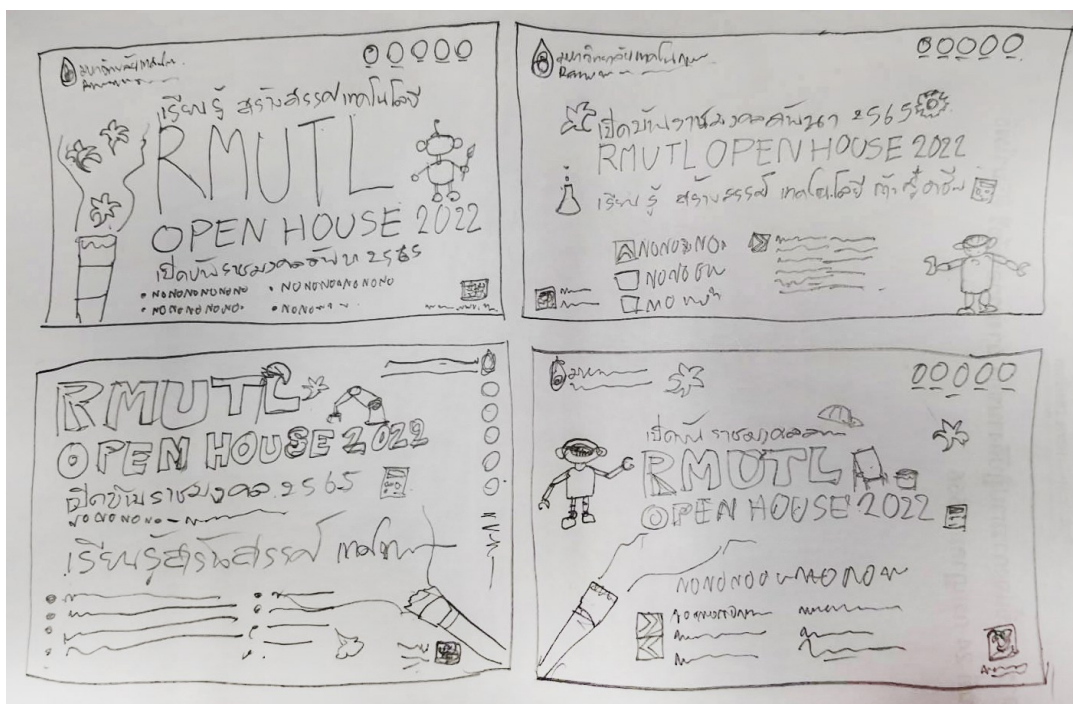
๔.๑ สีหลักที่ใช้ คือ สีพื้นหลัง (Background) สีตัวอักษร สีของภาพประกอบ ทั้งภาพจริงและภาพกราฟิก

๔.๒ ภาพประกอบที่ใช้ ทุกสื่อประชาสัมพันธ์ที่ต้องเผยแพร่ทุกช่องทาง ต้องใช้ชุดภาพประกอบแบบเดียวกันทั้งหมด

๔.๓ รูปแบบตัวอักษรหรือฟอนต์ที่ใช้ ต้องใช้ฟอนต์ (Font) เดียวกันในทุก ลักษณะของสื่อที่เผยแพร่ทุกช่องทาง

๕. ออกแบบร่าง (Preliminary Design) จากรูปแบบหลัก

เมื่อผู้ปฏิบัติงานได้ธีมหลักมาแล้ว สามารถออกแบบร่าง โดยการเขียนด้วยมือ (freehand) ได้ทันทีเปรียบเสมือนการร่างแบบแรก เพื่อให้เกิดการเค้นความคิดสร้างสรรค์ออกมาเพิ่มอีก ในการออกแบบร่างนั้นจะเป็นขั้นตอนที่ทำให้งานออกแบบเห็นภาพชัดที่สุด การเขียนแบบร่างหลักๆ คือผู้ปฏิบัติงานจะได้จัดองค์ประกอบ (Composition) ของงานออกแบบ ในเบื้องต้นในหลายรูปแบบ เพื่อดูความเหมาะสมเปรียบเทียบกับในการจัดวางองค์ประกอบ แต่งานที่ร่างออกมานั้นจะไม่ตายตัว ยังสามารถปรับเปลี่ยนแก้ไขงานในภายหลังที่ลงมือปฏิบัติงาน ออกแบบในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ได้ ตัวอย่างดังภาพ



ภาพประกอบที่ ๒๑ ตัวอย่างภาพการออกแบบแบบร่างแรกด้วยมือเปล่า

ปัญหา : ที่อาจเกิดขึ้นในขั้นตอนวิเคราะห์ข้อมูล (Analysis) และคิดรูปแบบหลักในการออกแบบ (Theme)

๑. ผู้ปฏิบัติงานจดจำข้อมูลทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานออกแบบได้น้อย เมื่อนำมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลงานที่มีอาจทำให้คุณภาพความน่าสนใจลดลง

๒. ผู้ปฏิบัติงานมีการวิเคราะห์หัวข้องานหลักที่มีหลายหัวข้อมากจนทำให้ยากในการคัดเลือกเกิดความสับสนระหว่างการปฏิบัติงานหรือทำให้เกิดข้อโต้แย้งจากความคิดเห็นในการเลือกหัวข้อที่ต่างกันของทีมงานจนทำให้งานล่าช้า

๓. ผู้ปฏิบัติงานมีการสะกดคำที่ใช้ประชาสัมพันธ์ผิดหรือไม่ใช้คำไม่เหมาะสม

๔. ผู้บังคับบัญชาให้ใช้คำประชาสัมพันธ์ไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ผู้ปฏิบัติงานได้วิเคราะห์ไว้แล้ว

แนวทางแก้ไขปัญหา :

๑. ผู้ปฏิบัติงานจะต้องมีการพัฒนาตนเอง เรียนรู้และทบทวนความรู้พื้นฐานที่เกี่ยวข้องในงานออกเป็นประจำ เช่น ทฤษฎีสี ทฤษฎีการใช้ฟอนต์ รวมถึงทฤษฎีความรู้ที่เกิดขึ้นใหม่ในวงการการออกแบบด้วย

๒. ในการวิเคราะห์หัวข้อหลักในงานออกแบบ คำที่ใช้ในงานสามารถวิเคราะห์ออกมาได้หลายแบบมาก จนอาจทำให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความสับสนในการเลือกหัวข้อที่เหมาะสมได้ จึงควรวิเคราะห์หัวข้อหลักจากหัวข้อทั้งหมดที่มี โดยอ้างอิงจากฐานข้อมูลให้มากที่สุดให้เหลือเพียง ๒ - ๓ หัวข้อเท่านั้น เพื่อไม่ให้เกิดการแตกเสียงในการเลือกของแต่ละบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในงานที่มากจนเกินไป

๓. ผู้ปฏิบัติงานในบางครั้งถึงแม้จะมีการตรวจสอบความถูกต้องหลายครั้งแล้วก็ยังมีคำที่สะกดผิด หรืออาจวิเคราะห์คำที่ใช้แล้วไม่เหมาะสมกับสถานที่ราชการจึงควรมีการรายงานให้ผู้บังคับบัญชาและทีมงานตรวจสอบทุกครั้งและขอคำแนะนำที่ต้องมีการแก้ไขในงาน

๔. ในบางครั้งผู้บังคับบัญชาอาจมีการมอบหมายงานให้โดยระบุคำที่ต้องประชาสัมพันธ์เรียบร้อยแล้ว แต่เมื่อผู้ปฏิบัติงานได้วิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่างๆ แล้วพบว่าไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายจนอาจจะทำให้สื่อประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพลดลง ผู้ปฏิบัติงานต้องมีการรายงานต่อผู้บังคับบัญชาและอธิบายรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ให้ผู้บังคับบัญชาเข้าใจ

ข้อเสนอแนะ :

ผู้ปฏิบัติงานในงานด้านการออกแบบ ควรมีการศึกษาทฤษฎีความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการเขียนแบบ ซึ่งเป็นวิชาสำคัญ อันเป็นพื้นฐานที่ต้องสนใจศึกษาทำความเข้าใจและฝึกปฏิบัติจนเกิดทักษะความชำนาญ จึงจะสามารถปฏิบัติการเขียนแบบเพื่อเป็นการสื่อสารข้อมูลได้อย่างถูกต้องและเข้าใจตรงกัน เพราะงานออกแบบเป็นงานที่ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ที่ประกอบกับองค์ความรู้ที่จะเผยแพร่ออกไปให้ผู้รับสารได้ทราบถึงข้อมูลนั้นๆ และในการปฏิบัติงานด้านข้อมูล ภาษา คำประชาสัมพันธ์ต่างๆ จะต้องมีความถูกต้องภายใต้ความสวยงาม

การได้รับการตรวจสอบจากผู้บังคับบัญชาและทีมงานผู้เกี่ยวข้องนั้นเป็นเรื่องที่สำคัญเป็นอย่างมาก หลังจากผู้ปฏิบัติงานวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนเป็นอย่างดีแล้ว จึงควรรายงานต่อผู้บังคับบัญชาและทีมงานผู้เกี่ยวข้องช่วยเหลือตรวจสอบได้ทันที

ขั้นตอนที่ ๔ ออกแบบป้ายไวเนล ด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ นั้นไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ก็จะมีการผ่านขั้นตอนการออกแบบที่ใกล้เคียงกันหรือบางครั้งก็เหมือนกันทุกขั้นตอน แต่จะแตกต่างกันตรงที่การส่งออกไฟล์งาน(Export) เพื่อเผยแพร่ในช่องทางที่ต่างกันเท่านั้น ก่อนที่ผู้ปฏิบัติงานจะลงมือปฏิบัติงานให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุดนั้น ควรมีการคำนึงถึงหลักการออกแบบต่างๆ ภายใต้อาณัติพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับงานออกแบบ และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้ปฏิบัติงานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่กำลังจะลงมือปฏิบัติก่อน แล้วจึงปฏิบัติงานออกแบบในลำดับต่อไป

๑.หลักการออกแบบกราฟิก (Graphic Design Principles)

การออกแบบ หมายถึง การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ หรือปรับปรุงดัดแปลงสิ่งที่มีอยู่ให้ดีขึ้น และมีรูปแบบที่เปลี่ยนไปจากเดิม การถ่ายทอดรูปแบบจากความคิดออกมาเป็นผลงาน ที่ผู้อื่นสามารถมองเห็น รับรู้ หรือสัมผัสได้ ซึ่งการออกแบบครอบคลุมถึงการออกแบบวัตถุ ระบบ หรือปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์ และยังรวมไปถึง การคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) แบบที่ออกมาอาจเป็นสิ่งที่เป็นไปได้จริง หรือแบบที่เป็นเพียงนามธรรมก็ได้ ผู้ที่ออกแบบจะเรียกว่า นักออกแบบ ซึ่งหมายถึงคนที่ทำงานวิชาชีพในสาขาการออกแบบที่แตกต่างกันไป เช่น นักออกแบบแฟชั่น นักออกแบบแนวความคิด หรือนักออกแบบเว็บไซต์ (การออกแบบ, สืบค้นจาก <https://th.wikipedia.org/wiki/>)

ออกแบบกราฟิก (Graphic Design) คือ การออกแบบตัวอักษร รูปภาพ ลงบนพื้นผิวแนวราบ ๒ มิติและซึ่งเป็นการออกแบบเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ ความสวยงามขึ้นอยู่กับความสามารถของนักออกแบบที่สามารถจัดวางภาพหรือตัวอักษรได้อย่างมีศิลปะ การออกแบบกราฟิกมีหลายรูปแบบได้แก่

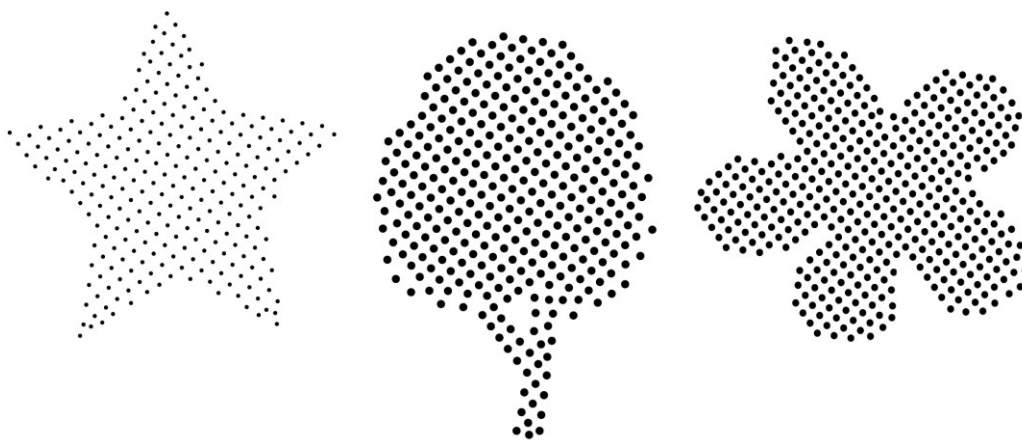
- การออกแบบงานสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ ออกแบบจัดหน้าหนังสือ หนังสือพิมพ์ หรือนิตยสาร รวมถึงการออกแบบตัวอักษร
- การออกแบบงานพิมพ์ เช่น การออกแบบแผ่นพับบรรจุภัณฑ์ หรือแผ่นโปสเตอร์
- การออกแบบสื่อเคลื่อนไหว เช่น งานตัดต่อภาพยนตร์ หรือวิดีโอ
- การออกแบบโฆษณา เช่น ออกแบบป้ายสินค้า โลโก้สินค้า
- การออกแบบงานวาดภาพประกอบ เช่น งานวาดภาพ งานตกแต่งภาพ
- การออกแบบภาพเคลื่อนไหว เช่น งานออกแบบภาพ ๓ มิติ
- การออกแบบเว็บ ได้แก่ การออกแบบหน้าเว็บ และทำสื่อมัลติมีเดีย

นักออกแบบในที่นี้ก็คือผู้ปฏิบัติงานนั่นเอง ซึ่งเปรียบเสมือนกับนักออกแบบกราฟิก หรือ Graphic Designer ที่มีหน้าที่ออกแบบงานที่เกี่ยวข้องกับสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น แบนเนอร์ โปสเตอร์ แผ่นพับ นิตยสาร ป้ายไวเนล ธงญี่ปุ่น ฯลฯ งานออกแบบเหล่านี้เรียกว่าเป็นงานออกแบบกราฟิก (Graphic Design) ที่เกิดจากการสร้างสรรค์งานจากองค์ประกอบต่างๆ ของ จุด เส้น สี รูปร่าง รูปทรง น้ำหนัก พื้นผิว ที่ว่างสี และตัวอักษร นำมาจัดองค์ประกอบให้เหมาะสมสวยงาม “หลักการออกแบบ และองค์ประกอบที่เชื่อมต่อกันพื้นฐานของการออกแบบที่ดีเข้าด้วยกันทุกๆ เรื่อง จะมีข้อกำหนด วิธีการ เทคโนโลยีเฉพาะและความต้องการด้านเทคนิคเป็นของตัวเอง แต่ละ

เรื่องจะมีประวัติศาสตร์ ทฤษฎี และหลักปฏิบัติของตน ศาสตร์ด้านการออกแบบนั้นแตกต่างไปจากความรู้ด้านกฎหมายหรือชีววิทยา เนื่องจากภาษาของมันสามารถรับรู้ได้ด้วยตา และตั้งอยู่บนพื้นฐานของความสัมพันธ์ระหว่างส่วนต่างๆ ทั้งทัศนคติ ยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป ตลอดจนความซับซ้อนของข้อมูลหรือเหตุการณ์ต่างๆ นักออกแบบที่ดีสามารถกรองข้อมูลที่ได้รับมา จับประเด็นเชื่อมโยง สร้างงานออกแบบที่มีชั้นเชิงที่สามารถตอบโจทย์ปัญหาได้ในหลากหลายด้าน ตอบสนองความต้องการและสภาพแวดล้อมยกตัวอย่างเช่น หากนักศึกษาต้องการด้านการวิจัย พัฒนาคอนเซ็ปต์ การจัดวางองค์ประกอบ และทักษะการจัดการที่เกี่ยวข้องกับงานออกแบบ เขาหรือเธอก็ควรจะพัฒนาบนพื้นฐานของความเป็นไปในโลก, ความสนใจสิ่งต่างๆ และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น”(Dabner Stewart Zempol, ๒๕๕๘, น.๘, ผู้แปล จุติพงษ์ ภูสุมาศและสุวิสา แซ่อึ้ง) ซึ่งความรู้เหล่านี้จะประกอบไปด้วยพื้นฐานเดียวกันที่ผู้ปฏิบัติงานควรทราบและเข้าใจในองค์ประกอบต่างๆ ดังนี้

๑.๑. จุด (Dot)

จุด หมายถึง รอยหรือแต้มที่มีลักษณะกลมๆ ปรากฏที่พื้นผิว ซึ่งเกิดจากการจิ้ม กด กระทบ ด้วยวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ เช่น ดินสอ ปากกา พู่กัน และวัสดุปลายแหลมทุกชนิด จุด เป็นต้นกำเนิดของเส้น รูปร่าง รูปทรง แสงเงา พื้นผิว ฯลฯ เช่น นำจุดมาวางเรียงต่อกันจะเกิดเป็นเส้น และการนำจุดมาวางให้เหมาะสมก็จะเกิดเป็นรูปร่าง รูปทรง และลักษณะผิวได้ (ดร.สุชาติ วงษ์ทอง และคณะทัศนศิลป์ ม.๔-ม.๖. กรุงเทพฯ, ๒๕๔๖)



ภาพประกอบที่ ๒๒ ตัวอย่างภาพของจุดที่เรียงต่อกันจนกลายเป็นรูปต่างๆ

๑.๒. เส้น (Line)

เส้น คือ ร่องรอยที่เกิดจากเคลื่อนที่ของจุด หรือถ้าเรานำจุดมาวางเรียงต่อ ๆ กันไป ก็จะเกิดเป็นเส้นขึ้น เส้นมีมิติเดียว คือ ความยาว ไม่มีความกว้าง ทำหน้าที่เป็นขอบเขต ของที่ว่าง รูปร่าง รูปทรง น้ำหนัก สี ตลอดจนกลุ่มรูปทรงต่าง ๆ รวมทั้งเป็นแกนหรือ โครงสร้างของรูปร่าง รูปทรง เส้นเป็นพื้นฐานที่สำคัญของงานศิลปะทุกชนิด เส้นสามารถให้ความหมาย แสดง ความรู้สึก และอารมณ์ได้ด้วยตัวเอง และด้วยการสร้างเป็นรูปทรงต่าง ๆ ขึ้น เส้นมี ๒ ลักษณะคือ เส้นตรง (Straight Line) และ เส้นโค้ง (Curve Line) เส้นทั้งสองชนิดนี้ เมื่อนำมาจัดวางในลักษณะต่าง ๆ กัน จะมีชื่อเรียกต่าง ๆ และให้ความหมาย ความรู้สึกที่แตกต่างกันอีกด้วย

ลักษณะของเส้น

๑. เส้นตั้ง หรือ เส้นตั้ง ให้ความรู้สึกทางความสูง สง่า มั่นคง แข็งแรง หนักแน่น เป็นสัญลักษณ์ของความซื่อตรง
๒. เส้นนอน ให้ความรู้สึกทางความกว้าง สงบ ราบเรียบ นิ่ง ผ่อนคลาย
๓. เส้นเฉียง หรือ เส้นทะแยงมุม ให้ความรู้สึก เคลื่อนไหว รวดเร็ว ไม่มั่นคง
๔. เส้นหัก หรือ เส้นซิกแซก แบบฟันปลา ให้ความรู้สึก เคลื่อนไหว อย่างเป็นจังหวะ มีระเบียบ ไม่ราบเรียบ น่ากลัว อันตราย ชัดแย้ง ความรุนแรง
๕. เส้นโค้ง แบบคลื่น ให้ความรู้สึก เคลื่อนไหวอย่างช้า ๆ ลื่นไหล ต่อเนื่อง สุขภาพอ่อนโยน นุ่มนวล
๖. เส้นโค้งแบบก้นหอย ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว คลี่คลาย หรือเติบโตในทิศทางที่หมุนวนออกมา ถ้ามองเข้าไปจะเห็นพลังความเคลื่อนไหวที่ไม่สิ้นสุด
๗. เส้นโค้งวงแคบ ให้ความรู้สึกถึงพลังความเคลื่อนไหวที่รุนแรง การเปลี่ยนทิศทางที่รวดเร็ว ไม่หยุดนิ่ง
๘. เส้นประ ให้ความรู้สึกที่ไม่ต่อเนื่อง ขาด หาย ไม่ชัดเจน ทำให้เกิดความเครียด

ความสำคัญของเส้น

๑. ใช้ในการแบ่งที่ว่างออกเป็นส่วน ๆ
๒. กำหนดขอบเขตของที่ว่าง หมายถึง ทำให้เกิดเป็นรูปร่าง (Shape) ขึ้นมา
๓. กำหนดเส้นรอบนอกของรูปทรง ทำให้มองเห็นรูปทรง (Form) ชัดขึ้น
๔. ทำหน้าที่เป็นน้ำหนักอ่อนแก่ ของแสดงและเงา หมายถึง การแรเงาด้วยเส้น
๕. ให้ความรู้สึกด้วยการเป็นแกนหรือโครงสร้างของรูป และโครงสร้างของภาพ (Elements Of Art, ๒๐๑๓, สืบค้นจาก <https://krittayakorn.wordpress.com/category/elements-of-art/>)



เส้นตั้ง

เส้นนอน

เส้นเฉียง

เส้นเฉียง



เส้นโค้ง

เส้นโค้งแบบก้นหอย

เส้นโค้งวงแคบ

เส้นประ

ภาพประกอบที่ ๒๓ ตัวอย่างภาพลักษณะเส้นแบบต่างๆ ที่ให้อารมณ์และความรู้สึกแตกต่างกัน

๑.๓ รูปร่าง (Shape)

รูปร่าง (Shape) คือ รูปแบนๆ มี ๒ มิติ มีความกว้างกับความยาว ไม่มีความหนา เกิดจากเส้นแบบต่างๆ มาต่อกันจนเกิดเป็นรูปร่าง ๒ มิติ เช่น รูปวงกลม รูปสามเหลี่ยม

หรือรูปอิสระ แสดงเนื้อที่ของผิวที่เป็นระนาบมากกว่าแสดงปริมาตรหรือมวล รูปร่างแต่ละชนิดก็จะมี ความหมายและให้ความรู้สึกที่แตกต่างกันออกไป เช่น

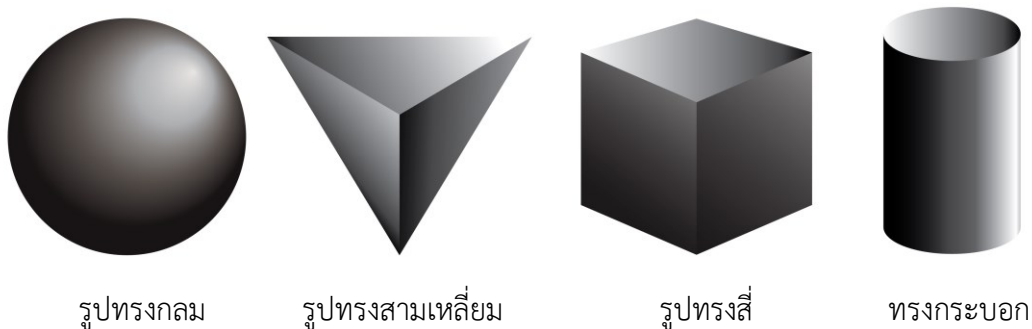
- วงกลม (Circle) : เป็นศูนย์กลาง ปกป้อง ศูนย์รวมความสนใจ
- สี่เหลี่ยม (Square) : วางตามแนวตั้งฉากให้ความรู้สึกสนุก มั่นคง เป็นระเบียบ ถ้าวางทแยง ให้ความรู้สึก เคลื่อนไหวและจะสนใจได้ดี
- สามเหลี่ยม (Triangel) : มาดูแปลงสามเหลี่ยมภาพจะให้ความรู้สึก หยุดยิ่ง มั่นคง แต่ที่ส่วนปลายมุมทั้ง ๓ ด้านมีความรู้สึกถึงทิศทาง ความเฉียบคม และมีแรงผลักดัน
- หกเหลี่ยม (Hexagon) : จะให้ความรู้สึกถึงการเชื่อมโยง
- รูปร่างธรรมชาติ (Organic) : ให้ความรู้สึกนี้แหละ อิสระ ไม่มีคนแทน (อนัน วาโซะ, ๒๕๖๑, Graphic Design for Advertising & Printing, น. ๒๑)



ภาพประกอบที่ ๒๔ ตัวอย่างภาพรูปร่างลักษณะต่างๆ

๑.๔ รูปทรง (Form)

รูปทรง (Form) รูปที่ลักษณะเป็น ๓ มิติ โดยนอกจากจะแสดงความกว้าง ความยาวแล้ว ยังมีความลึกหรือความหนาและมีความนูนด้วย เช่น รูปทรงกลม รูปทรงสามเหลี่ยม รูปทรงสี่เหลี่ยม รูปทรงกระบอก เป็นต้น



ภาพประกอบที่ ๒๕ ตัวอย่างภาพรูปทรงลักษณะต่างๆ

๑.๕ น้ำหนัก (Value)

น้ำหนักเกิดจาก การเติมสีแสงและเงาลงไปในรูปทรง ทำให้เกิดความรู้สึกมี มวลความหนาแน่น ทำให้รู้สึกถึงความหนัก เบา ทึบ หรือโปร่งแสง เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดมิติขึ้นของ รูปทรงต่าง ๆ



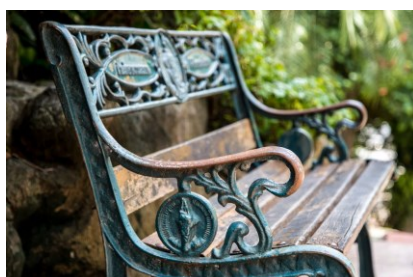
ภาพประกอบที่ ๒๖ ตัวอย่างภาพรูปทรงลักษณะต่างๆ

๑.๖ พื้นผิว(Texture)

พื้นผิวเป็นองค์ประกอบที่ช่วยในการสื่ออารมณ์ของงานกราฟิกได้ชัดเจนมาก เช่น งานออกแบบกราฟิกที่อยู่บนพื้นผิวลักษณะมันวาว จะช่วยให้รู้สึกถึงความหรูหรา มีระดับในมุมมองกลับกันถ้างานออกแบบไปอยู่บนพื้นผิวเหล็กที่มีสนิม ขรุขระ งานนั้นก็ให้ความรู้สึกถึงความเก่า ดังนั้น พื้นผิวให้เหมาะสมกับลักษณะงาน ก็จะสามารถสื่อความหมายได้อย่างถูกต้องตามความต้องการ (อนัน วาโชะ, ๒๕๖๑, Graphic Design for Advertising & Printing, น.๒๒)



พื้นผิวมันวาว



พื้นผิวขรุขระเป็นสนิม



พื้นผิวแบบขนสัตว์

ภาพประกอบที่ ๒๗ ตัวอย่างภาพพื้นผิวที่มันวาวจะทำให้รู้สึกว่ามีค่า มากกว่าพื้นผิวขรุขระจะทำให้รู้สึกถึงความเก่าและพื้นผิวแบบขนสัตว์ทำให้รู้สึกนุ่มและอบอุ่น

(แหล่งที่มา: <https://www.freepik.com/search?dates=any&format/>)

๑.๗ ที่ว่าง (Space)

คำว่า “ที่ว่าง” ภาพในใจจะแยกความว่างออกจากสิ่งที่มีตัวตนได้อย่างชัดเจน เราสามารถรับรู้ความเป็นที่ว่างได้หลายรูปแบบ ในงานสองมิติที่ว่างอาจวัดได้จากความกว้างและความยาว และสามารถวัดความลึกได้ในงานสามมิติ ชลูต นีมเสมอ (๒๕๓๙: ๙๘) ให้คำจำกัดความของที่ว่างดังนี้

ที่ว่าง หมายถึง

๑. ปริมาตรที่รูปทรงกินเนื้อที่อยู่
๒. อากาศที่โอบรอบรูปทรง
๓. ระยะห่างระหว่างรูปทรง (ช่องไฟ)
๔. ปริมาตรของที่ว่างที่ถูกล้อมด้วยขอบเขต (space , volume)
๕. แผ่นภาพ ๒ มิติที่จิตรกรใช้เขียนรูป
๖. การเขียนภาพลวงตาให้เกิดความลึกในงานทัศนศิลป์ ๒ มิติ

๗. ปฏิกริยาระหว่างสีกับรูปทรงทำให้เห็นเป็นความลึกตื้นของพื้นผิว (ในงาน
ออปอาร์ต)

ที่ว่าง หมายถึง บริเวณว่างที่ล้อมรอบวัตถุซึ่งบริเวณว่างนี้อาจมีขอบเขตจำกัด
หรือไม่มีขอบเขตก็ได้ ในงาน ๓ มิติเราเรียกบริเวณว่างนี้ว่าที่ว่าง (space) เรียกวัตถุที่ถูกที่ว่าง
ล้อมรอบนี้ว่ารูปทรง (form) ในงาน ๒ มิติ เราเรียก ที่ว่างว่าพื้นภาพ (ground) และเรียกรูปทรงว่า
ภาพ (figure)หรืออีกนัยหนึ่ง คือ บริเวณที่เป็น รูปหรือเนื้อหาเรียกว่าที่ว่างบวก บริเวณว่างที่อยู่
รอบๆ หรือส่วนที่เป็นพื้นเรียกว่าที่ว่างลบ



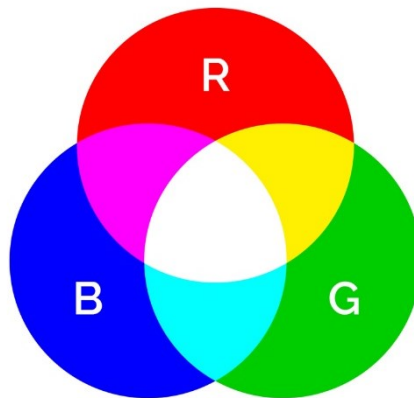
ภาพประกอบที่ ๒๘ ตัวอย่างภาพที่แสดงให้เห็นถึงที่ว่างในภาพ

๑.๘ สี (Color)

เป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญของงานออกแบบและงานศิลปะ กล่าวได้ว่า
ทรงอิทธิพลต่องานออกแบบมากเพราะถึงแม้ว่างานที่ออกแบบด้วยเนื้อหาดีแค่ไหนแต่เมื่อให้สีใน
งานนั้นผิดพลาดงานออกแบบนั้นก็สามารถกลายเป็นงานที่ไม่สวยได้ทันที เนื่องจากสีมีอิทธิพลต่อ
อารมณ์ความรู้สึก รวมถึงการสื่อความหมายอย่างชัดเจนอีกทั้งยังสามารถกระตุ้นอารมณ์ความรู้สึก
ของผู้พบเห็นได้ ถ้าผู้ปฏิบัติงานไม่เข้าใจหลักของการใช้สีจะกลายเป็นปัญหาต่อการออกแบบงานได้
หลักการใช้สีจึงเป็นเรื่องสำคัญพื้นฐานหลักๆที่ผู้ปฏิบัติงานต้องมีความรู้ความเข้าใจเป็นอย่างมาก
ในงานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์มีงานที่ต้องใช้สีในงานออกแบบอยู่ทั้งหมด ๒ ลักษณะคือ

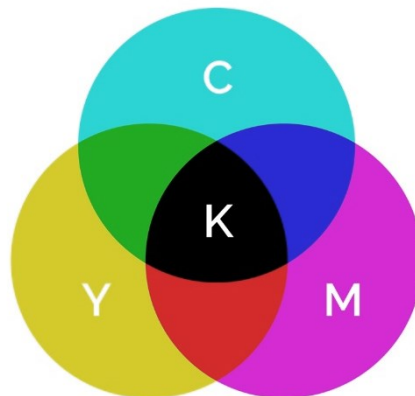
๑.๘.๑ งานออกแบบที่แสดงผลบนหน้าจอ หรือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic media) เป็นสื่อการเรียนการสอนที่เกิดจากการวิวัฒนาการของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เทคโนโลยีสารสนเทศและระบบการสื่อสารโทรคมนาคม จะเป็นงานออกแบบที่ต้องแสดงผลบนหน้าจอ เช่น หน้าจอคอมพิวเตอร์ หน้าจอโทรทัศน์ เป็นต้น ซึ่ง “หมายถึง สื่อที่บันทึกสารสนเทศด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์อาจอยู่ในรูปของ สื่อบันทึกข้อมูลประเภทสารแม่เหล็ก เช่น แผ่นจานแม่เหล็กชนิดอ่อน (floppy disk) และสื่อประเภทจานแสง(optical disk) บันทึกอักขระแบบดิจิทัลไม่สามารถอ่านได้ด้วยตาเปล่า ต้องใช้เครื่องคอมพิวเตอร์บันทึกและอ่านข้อมูล เป็นสื่อการเรียนการสอนที่เกิดจากการวิวัฒนาการของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารโทรคมนาคม การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ในการเรียนการสอนจะออกมาในลักษณะของสื่อประสม หรือ มัลติมีเดีย (Multimedia) แสดงผลออกมาหลายรูปแบบตามที่โปรแกรมไว้ เช่น มีเสียง เป็นภาพเคลื่อนไหว สามารถให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์ ปัจจุบันสื่อประสมนี้มีหลายลักษณะ ”(การเขียนเพื่อผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์,๒๕๕๙, สืบค้นจาก<http://letsle.blogspot.com>) รูปแบบของสื่อชนิดนี้ได้แก่ Banner, Pop up, Cover, Advertising ที่ส่วนมากจะปรากฏอยู่บนเว็บไซต์ต่างๆ ซึ่งสื่อเหล่านี้จะใช้โหมดสี RGB ที่ประกอบด้วยแม่สี สีแดง น้ำเงิน เขียว ประกอบกันออกมาเป็นสีต่างๆ

แต่เมื่อนำทุกสีมารวมกันจะกลายเป็นสีขาว หรือเรียกว่าแม่สีแสงนั่นเอง สี RGB จะมีความสดมากจนบางครั้งหากมองนานๆ จะทำให้แสบตาได้



ภาพประกอบที่ ๒๙ ตัวอย่างภาพสี RGB

๑.๘.๒ งานออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อที่มีการผลิตจริงออกมา สามารถจับต้องได้ เช่น นิตยสาร วารสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ ป้ายไว้นิลต่างๆ เป็นต้น ในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์นี้ จะใช้สีโหมด CMYK ซึ่งประกอบด้วยแม่สี ฟ้า ชมพู เหลือง ดำ เป็นแม่สีของระบบการพิมพ์ลักษณะสีจะมีความชุ่มของสีมากกว่าสี RGB



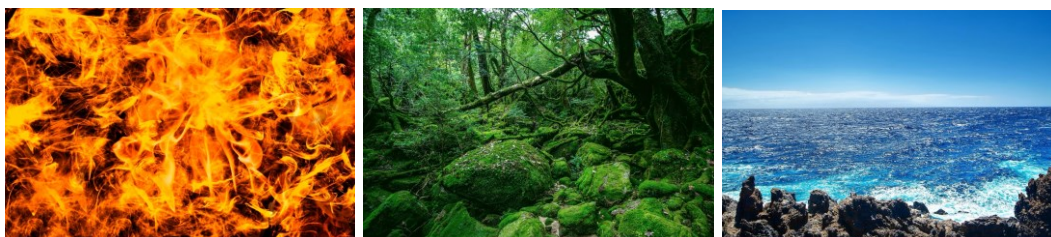
ภาพประกอบที่ ๓๐ ตัวอย่างภาพสี CMYK

ความหมายของแต่ละสี

จิตวิทยาของสีที่มีผลต่ออารมณ์ของผู้รับสาร สีอะไรให้ความรู้สึกอย่างไรบ้างไม่มี ความรู้สึกเกี่ยวกับชีวิตที่จะกล่าวต่อไปนี้แสดงความรู้สึกแบบต่างๆ ที่ผู้รักษาส่วนใหญ่ให้ความรู้สึก

- สีแดง ให้ความรู้สึก อันตราย ร่ำร้อน รุนแรง มั่นคง อุดมสมบูรณ์
- สีส้ม ให้ความรู้สึกสว่าง ร้อนแรง ฉูดฉาด
- สีเหลือง ให้ความรู้สึกสว่าง สดใส สดชื่น ระวัง
- สีเขียว ให้ความรู้สึกงอกงาม พักผ่อน สดชื่น
- สีน้ำเงิน ให้ความรู้สึกสงบ ผ่อนคลาย สง่างาม ทิม
- สีม่วง ให้ความรู้สึกหนัก สงบ มีเลศนัย
- สีน้ำตาล ให้ความรู้สึกเก่า หนัก สงบเยียบ
- สีขาว ให้ความรู้สึกบริสุทธิ์ สะอาด ใหม่ สดใส

- สีดำ ให้ความรู้สึกหนัก หดหู่ เศร้าใจ ทึบตัน
 - สีทอง เงิน และสีที่มันวาว ให้ความรู้สึกมั่นคง หรูหรา
 - สีดำอยู่กับสีขาว ให้ความรู้สึกทางอารมณ์ที่ถูกต้องตัน
 - สีเทาปานกลาง ให้ความรู้สึกถึงความนิ่งเฉย สงบ
 - สีสดและสีบางๆ ทุกชนิด ให้ความรู้สึกกระชุ่มกระชวย แจ่มใส
- (อนัน วาโซะ, ๒๕๖๑, Graphic Design for Advertising & Printing, น.๒๔)



สีแดงส้มของไฟ

สีเขียวของใบไม้

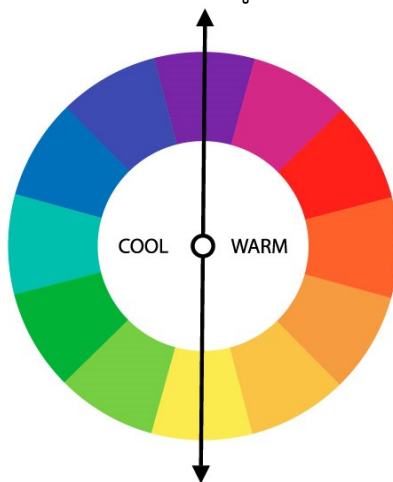
สีฟ้าน้ำเงินของน้ำและฟ้า

ภาพประกอบที่ ๓๑ ตัวอย่างภาพที่สื่อถึงความรู้สึกจากสีของภาพ

(แหล่งที่มา: <https://www.freepik.com/search?dates=any&format>)

นอกจากสีแต่ละสีจะสร้างความรู้สึก ในตัวของตนเองแล้ว เมื่อนำมาใช้ร่วมกันยังสามารถแบ่งสีออกเป็น ๒ วรรณะเพื่อสร้างอารมณ์ที่แตกต่างกันออกไปได้อีก คือ

- สีที่อยู่ในวรรณะร้อน (Warm Tone Color) ได้แก่ สีเหลืองส้ม สีแดง และสีม่วงแดง สีกลุ่มนี้เมื่อให้ในงานจะให้ความรู้สึกอบอุ่น ร้อนแรง สนุกสนาน
- สีที่อยู่ในวรรณะเย็น (Cool Tone Color) ได้แก่ สีเขียว สีฟ้า สีม่วงคราม สีกลุ่มนี้เมื่อใช้ในงานจะให้ความรู้สึกสดชื่น เย็นสบาย



ภาพประกอบที่ ๓๒ ตัวอย่างภาพการแบ่งโทนของสีวรรณะร้อนและสีวรรณะเย็น

เทคนิคการนำสีไปใช้งาน

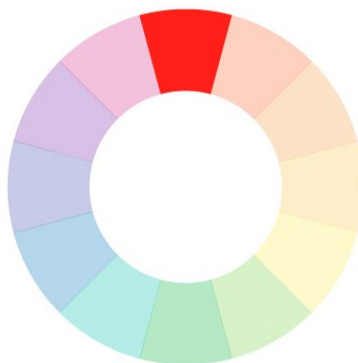
การเลือกใช้สีในงานออกแบบจะมีหลายวิธี แต่ทุกวิธีก็มีจุดประสงค์เดียวกันคือ เพื่อเพิ่มความโดดเด่นให้กับจุดเด่นในภาพ และใช้ตกแต่งส่วนอื่นๆ ให้ได้ภาพรวมตามอารมณ์ที่ต้องการ เทคนิคการเลือกใช้สีจะมีสูตรสำเร็จอยู่บ้างคือ วิธีโยงความสัมพันธ์จากวงล้อสี แนะนำให้เปิดวงล้อสีขึ้นมาก่อนการทำงานทุกครั้ง แล้วเลือกสีหลักๆ ให้กับงานก่อน



ภาพประกอบที่ ๓๓ ตัวอย่างภาพวงล้อสี

เทคนิคการเลือกใช้สีจะมีสูตรสำเร็จหลายรูปแบบ แต่ที่นิยมใช้งานเป็นหลักมีอยู่ ๔ รูปแบบด้วยกันคือ

- **Mono หรือเอกรงค์** คือ การใช้สีที่เป็นไปในทางเดียวกันหมด เช่น จุดเด่นเป็นสีแดง สีส่วนที่เหลือก็จะเป็นสีที่ใกล้เคียงกับสีแดง โดยใช้วิธีลดน้ำหนักความเข้มของสีแดงลงไป



ภาพประกอบที่ ๓๔ ตัวอย่างภาพวงล้อสีเอกรงค์

- **Complementary** คือ สีตัดกันหรือสีคู่ตรงข้ามกันในวงจรสี เช่น สีเขียวจะตรงกันข้ามกับสีแดง หรือสีฟ้าจะตรงข้ามกับสีส้ม การนำไปใช้งานสำหรับคู่สีแบบนี้สามารถส่งผลได้ทั้งดีและไม่ดี หากผู้ปฏิบัติงานไม่รู้หลักพื้นฐานในการใช้งานจะทำให้ผลงานขาดจุดเด่น ไม่ควรใช้สีตัดกันในงานประมาณที่เท่ากัน ๕๐ : ๕๐ แนะนำให้ใช้สีใดหนึ่งในปริมาณ ๘๐ : ๒๐ หรือ ๗๐ : ๓๐ เช่น ถ้าผู้ปฏิบัติงานเลือกสีเขียวบนพื้นงานโดยรวม ๘๐% ที่เหลือก็จะเป็นพื้นที่ของสีแดง ๒๐% จะทำให้ความตัดกันของสีที่มีพื้นที่น้อยกว่าเป็นจุดเด่นที่สุดในภาพ



ภาพประกอบที่ ๓๕ ตัวอย่างภาพวงล้อสีคู่ตรงข้าม

- **Triad** คือ การเลือกสีสามสีที่มีระยะห่างเท่ากันเป็นสามเหลี่ยมด้านเท่ามาใช้งาน



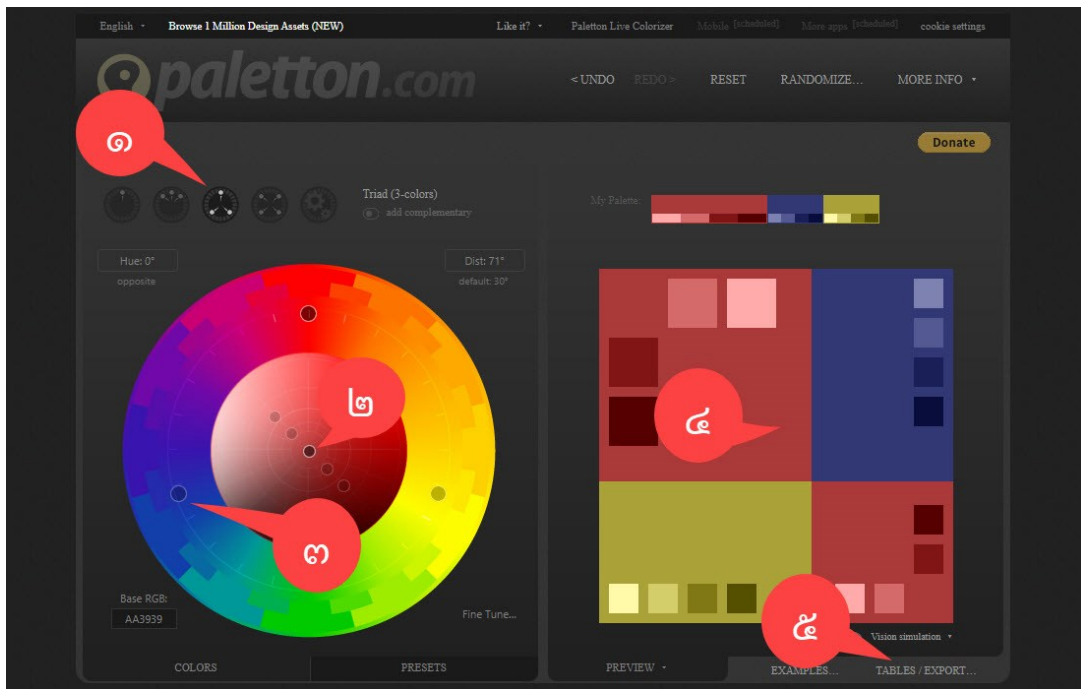
ภาพประกอบที่ ๓๖ ตัวอย่างภาพวงล้อสีสามเหลี่ยมด้านเท่า

- Analogic หรือสีที่ใกล้เคียง คือ การเลือกสีใดสีหนึ่งขึ้นมาใช้งานพร้อมกับสีที่อยู่ติดกันอีกข้างละสี หรือสีสามสีที่อยู่ติดกันในวงจรัสนั้นเอง

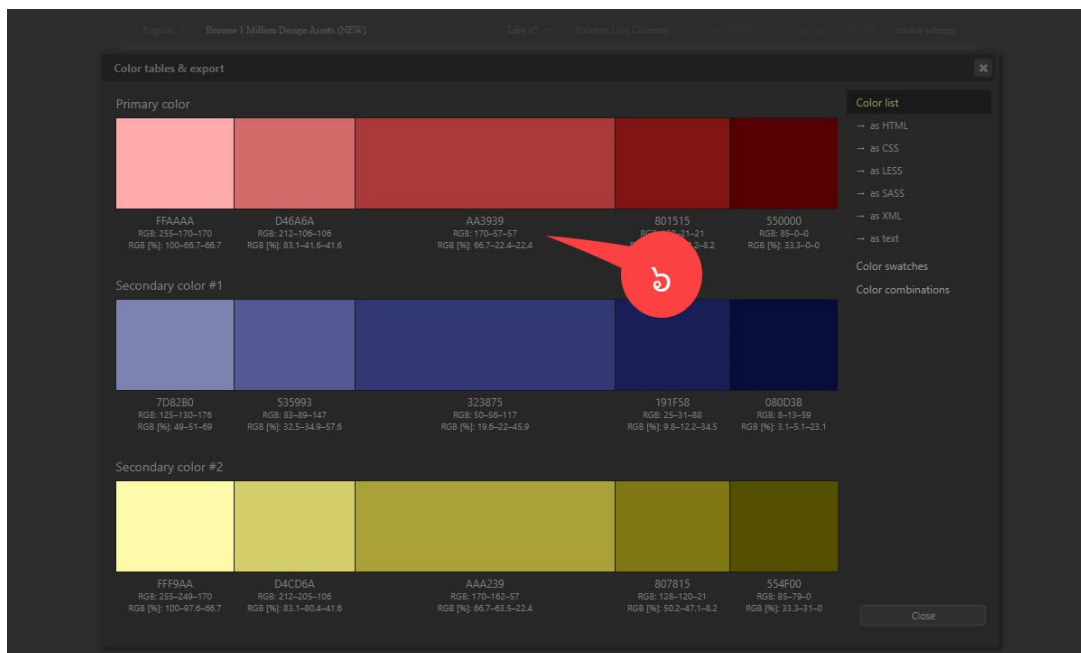


ภาพประกอบที่ ๓๗ ตัวอย่างภาพวงล้อสีใกล้เคียง

ปัจจุบันผู้ปฏิบัติงานสามารถใช้งานวงล้อสีสะดวกมากขึ้น เช่น โปรแกรม Kuler ของ Adobe ที่เป็นโปรแกรมสำหรับเลือกสีในอารมณ์สีที่ต่างๆ อีกทั้งยังมีเว็บไซต์วงล้อสีสำเร็จรูป มีพร้อมทั้งโค้ดสีสำหรับนำไปใช้งานได้ทันที เช่น <https://paletton.com> ที่มีให้ลองใช้วงล้อสีจากเว็บไซต์นี้ ดังตัวอย่างภาพด้านล่างนี้



ภาพประกอบที่ ๓๘ ตัวอย่างภาพการดูรหัสค่าสีจากเว็บไซต์วงล้อสีสำเร็จรูป
(แหล่งที่มา : <https://paletton.com>)



ภาพประกอบที่ ๓๙ ตัวอย่างภาพการดูรหัสสีจากเว็บไซต์วงล้อสีสำเร็จรูป
(แหล่งที่มา : <https://paletton.com>)

จากตัวอย่าง ภาพประกอบที่ ๓๘ และภาพประกอบที่ ๓๙ มีขั้นตอนการปฏิบัติงานดังต่อไปนี้

๑. คลิกเลือกจำนวนกลุ่มสีที่ผู้ปฏิบัติงาน ต้องการจะสร้างสรรค์
๒. คลิกเลือกสีที่จะใช้เป็นสีหลักในงานนั้น
๓. คลิกเลือกสีรองของงานนั้น ซึ่งมีการกำหนดมาให้โดยอัตโนมัติ พร้อมทั้งสามารถเลือกปรับแต่งโทนของสีได้

๔. กลุ่มสีทั้งหมดที่ผู้ปฏิบัติงานได้เลือกไว้จะปรากฏอยู่ทางด้านขวา ถ้าผู้ปฏิบัติงานเลื่อนเมาส์มาวางที่ช่องสีนั้น ก็จะมีรหัสของสีนั้นปรากฏขึ้นมา ผู้ปฏิบัติงานสามารถนำรหัสสีนั้นไปใช้งานในโปรแกรมกราฟิกได้ทันที
๕. คลิกปุ่ม TABLES/EXPORT เพื่อเปิดแสดงรหัสของสีที่ผู้ปฏิบัติงานได้เลือกไว้ทั้งหมด
๖. นำรหัสของสีที่ผู้ปฏิบัติงานต้องการจะใช้งาน ไปใช้งานในโปรแกรมกราฟิกได้ทันที (อนันท์ วาโษะ, ๒๕๖๑, Graphic Design for Advertising & Printing, น.๒๘)

ปัญหา : ที่อาจเกิดขึ้นในการเลือกใช้สี

โปรแกรมช่วยเลือกสีในการกำหนดชุดสีหลักเท่านั้น ซึ่งสีรองหรือสีเพิ่มเติมผู้ปฏิบัติงานไม่สามารถออกแบบสีอื่นๆ นอกเหนือจากตารางสีที่เขากำหนดมา

แนวทางการแก้ปัญหา :

ผู้ปฏิบัติงานต้องศึกษาทฤษฎีสีและแหล่งความรู้ที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม

ข้อเสนอแนะ :

ในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะ สีรองหรือสีเพิ่มเติมเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องใช้ เพื่อสร้างความสวยงามและเสริมความโดดเด่นของผลงาน ดังนั้นทฤษฎีสีต่างๆ ก็ยังเป็นสิ่งที่ผู้ปฏิบัติงานควรที่จะศึกษาเพิ่มเติมเพื่อให้เกิดความเข้าใจ และลงมือปฏิบัติงานการใช้โปรแกรมกราฟิกเป็นประจำ เพื่อเป็นการฝึกฝนทักษะและพัฒนาผลงานให้ได้เป็นอย่างดี

๑.๙ การใช้งานตัวอักษร (Typography)

ตัวหนังสือจะมีอิทธิพลต่อผู้พบเห็นในเรื่องความสวยงาม สื่ออารมณ์ไปในทิศทางเดียวกัน เกิดความลงตัว ในการจัดองค์ประกอบของงานออกแบบเป็นอย่างมาก “การใช้งานตัวอักษร (Typography) คือกระบวนการจัดเรียงตัวอักษร คำ และข้อความในทุกๆ งานที่ผู้ชมสามารถมองเห็นและรับรู้ได้ เป็นหนึ่งในเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยยกระดับประสิทธิภาพการสื่อสารผ่านสายตา ดังนั้นนอกออกแบบกราฟิกจึงควรที่จะศึกษาในรายละเอียดต่างๆ ของตัวอักษรเพื่อนำไปสร้างสรรค์ผลงานในรูปแบบที่แปลกใหม่แต่ยังคงไว้ในกฎและรูปแบบการใช้งานแบบดั้งเดิม” (Dabner Stewart Zempol, ๒๕๕๘, น.๘, ผู้แปล จุติพงษ์ ภูสุมาศและสุวิสา แซ่อึ้ง) ดังนั้น การศึกษางานด้าน การใช้งานตัวอักษรอย่างบูรณาการเพื่อนำมาพัฒนาผลงาน จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก “ตัวอักษรสามารถแบ่งได้เป็น ๒ ประเภท คือ อักษรภาษาอังกฤษและอักษรภาษาไทย ส่วนใหญ่การออกแบบมักจะใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษ เพราะดูมีความสวยงาม ความเป็นสากล และเป็นตัวอักษรภาษาอังกฤษสามารถนำไปประยุกต์ได้หลากหลายมากกว่า แต่คนไทยก็นิยมใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษมาใช้ในการออกแบบเป็นส่วนใหญ่ สำหรับสิ่งที่ควรรู้จักเบื้องต้นเกี่ยวกับตัวอักษร นั้นมีอยู่ ๓ สิ่ง ก็คือ ชนิดของตัวอักษร (Type Style) รูปแบบของตัวอักษร (Type Character) และขนาดของตัวอักษร (Type Size) โดยทั้งสามสิ่งนี้ต้องมีรูปแบบที่สัมพันธ์กันเพื่อให้คำนั้นๆ มีความหมายในตัวมากที่สุด” (เพราะตัวอักษรมีผลต่อการออกแบบ, สืบค้นจาก <https://www.wynnsoftstudio.com>) ดังตัวอย่างต่อไปนี้การใช้ตัวหนังสือบนงานออกแบบ แล้วผู้ปฏิบัติงานจะเห็นว่า ตัวหนังสือต่างกันนิดเดียวก็ทำให้ อารมณ์งานแตกต่างกันสิ้นเชิง ดังตัวอย่างภาพด้านล่างนี้



ภาพประกอบที่ ๔๐ ตัวอย่างภาพการใช้ตัวหนังสือที่ต่างกันในปียินดีต้อนรับนักศึกษา

๑.๙.๑ ชนิดของตัวอักษร (Type Style)

Serif (เซริฟ) “เป็นแบบอักษรที่มีขีดเล็กๆ อยู่ตรงปลายสุด อยู่ในฟอนต์ตัวอักษรตระกูล Times แบบอักษรชนิดนี้มีชื่อเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าแบบโรมัน (roman) อักษรเซริฟมีส่วนช่วยในการกวาดสายตาไปตามตัวอักษร ทำให้อ่านง่าย และนิยมใช้สำหรับพิมพ์เนื้อความ” (ประเภทฟอนต์ - serif-และ -sans-serif-แตกต่างกันอย่างไร, ๒๕๖๔, สืบค้นจาก <https://www.rmonlineservices.com/article/๑๑>)



ภาพประกอบที่ ๔๑ ตัวอย่างภาพตัวอักษรแบบเซริฟ

Sans-Serif (ซานส์เซริฟ) “เป็นแบบอักษรที่ไม่มีขีดที่ปลายอักษร และมีชื่อเรียกอีกอย่างว่า แบบกอทิก (gothic อักษรซานส์เซริฟชนิดนี้ไม่เหมาะกับการเป็นเนื้อความ แต่เหมาะสำหรับใช้พาดหัว หัวเรื่อง หัวข้อ ตัวเน้น หรือลิงก์ ที่ต้องการเรียกความสนใจจากผู้อ่าน โดยการมองผ่านเพียงแค่ครั้งเดียว” (ประเภทฟอนต์ - serif-และ -sans-serif-แตกต่างกันอย่างไร, ๒๕๖๔, สืบค้นจาก <https://www.rmonlineservices.com/article/๑๑>)



ภาพประกอบที่ ๔๒ ตัวอย่างภาพตัวอักษรแบบซันส์เซريف

ในการออกแบบผู้ปฏิบัติงานสามารถใช้ตัวอักษรเซريفหรือซันส์เซريف ที่มีลูกเล่นหรือขนาดต่างกันในงานเดียวกันได้ เพื่อดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมายได้ แต่บริเวณเนื้อหาหลัก ควรใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย ไม่หวัด ขนาดเล็ก หรือตัวอักษรติดกันมากเกินไป เพราะถึงแม้ว่าเนื้อหาบทหัวข้อหลักจะน่าสนใจแค่ไหน แต่ถ้าตัวอักษรอ่านยากอาจทำให้กลุ่มเป้าหมายไม่สนใจ แต่สำหรับการใช้ตัวอักษรไทย (Thai Letter) นั้นอาจเปรียบได้กับตัวอักษรที่มีหัวและไม่มีหัวนั่นเอง ที่เมื่อใช้ในงานออกแบบแล้วจะให้ความรู้สึกที่แตกต่างกัน ซึ่งการใช้ตัวอักษรไทยที่มีหัวลักษณะตามตัวอย่างมักนิยมใช้ในงานที่เป็นทางการหรืองานราชการแต่สำหรับตัวอักษรไทยที่ไม่มีหัวจะนิยมใช้ในงานที่ไม่เป็นทางการมากกว่าใช้ในงานที่มีความทันสมัยใหม่ แต่ในการเลือกใช้ตัวอักษรที่เป็นฟอนต์เดียวกันในงานเพียงแค่เปลี่ยนให้เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษบางฟอนต์ก็อาจทำให้ความรู้สึกแตกต่างกัน ยกตัวอย่างเช่น ฟอนต์ TH Sarabun ที่เป็นภาษาไทยหน่วยงานราชการจะใช้ในการเขียนหนังสือราชการ แต่เมื่อเปลี่ยนฟอนต์ TH Sarabun เป็นภาษาอังกฤษจะเป็นฟอนต์ซันส์เซريفที่ไม่มีเชิงที่มีรูปแบบที่ดูทันสมัยมากกว่ารูปแบบภาษาไทย ผู้ปฏิบัติงานจึงควรออกแบบและเลือกใช้ตัวอักษรที่เหมาะสมกับงานโดยไม่จำเป็นต้องเป็นตัวอักษรชนิดเดียวกันในหนึ่งงานที่มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ



ภาพประกอบที่ ๔๓ ตัวอย่างภาพตัวอักษรไทยแบบที่มีหัวและไม่มีหัว

Script (สคริปต์) เป็นตัวอักษรที่เลียนแบบลายมือ โดยใช้ปากกาชนิดต่างๆ ตามแต่สไตล์ในการออกแบบ ตัวอักษรชนิดนี้ให้ความรู้สึกไม่เป็นทางการ มีความเป็นอิสระ และรู้สึกสนุกสนาน และมักจะไม่ใช่ในสื่อสิ่งพิมพ์เพราะอาจทำให้อ่านยาก แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับบริบทของสื่อสิ่งพิมพ์นั้นๆ ด้วย



ภาพประกอบที่ ๔๔ ตัวอย่างภาพตัวอักษรเลียนแบบลายมือทั้งภาษาไทยและอังกฤษ

Display (ดิสเพลย์) ตัวอักษรประดิษฐ์ เป็นการออกแบบให้โดดเด่น บางตัวเกิดเป็นสัญลักษณ์ ตัวอักษรชนิดนี้มีรูปแบบที่หลากหลายและให้อารมณ์ความรู้สึกแตกต่างกันออกไปด้วย



ภาพประกอบที่ ๔๕ ตัวอย่างภาพตัวอักษรประดิษฐ์ทั้งภาษาไทยและอังกฤษ

๑.๙.๒ รูปแบบของตัวอักษร Type Character

คือ ลักษณะของตัวอักษรที่เราเห็นอยู่ในขณะนั้น โดยมีรูปแบบต่างๆ ให้เลือกใช้ตามความเหมาะสม โดยแบ่งเป็น ๒ กลุ่มให้เห็นภาพได้อย่างชัดเจน

กลุ่มที่ ๑ กลุ่มที่พบเห็นโดยทั่วไป

- Normal / Regular คือ ตัวอักษรแบบตัวปกติ
- Italic คือ ตัวอักษรแบบตัวเอียง
- Bold คือ ตัวอักษรแบบตัวหนา
- Bold Italic คือ ตัวอักษรแบบตัวหนาและเอียงปกติ

โดยในแต่ละรูปแบบก็จะมีการใช้งานให้เหมาะสม เช่นต้องการความเด่น เน้นข้อความสำคัญ อาจเลือกเป็น Bold หรือ Italic ให้สะดุดตา (เพราะตัวอักษรมีผลต่อการออกแบบ, สืบค้นจาก<https://www.wynnsoftstudio.com>)

Regular : รูปแบบของตัวอักษร
 Italic : รูปแบบของตัวอักษร
 Bold : รูปแบบของตัวอักษร
 Bold Italic :รูปแบบของตัวอักษร

ภาพประกอบที่ ๔๖ ตัวอย่างภาพตัวอักษรรูปแบบต่างๆ

กลุ่มที่ ๒ กลุ่มพิเศษ พบได้กับฟอนต์บางชนิดเท่านั้น

- Thin คือ ตัวอักษรแบบบางมากเป็นพิเศษ
- Light คือ ตัวอักษรที่มีลักษณะบาง
- Medium คือ ตัวอักษรที่มีลักษณะหนาปกติ
- SemiBold คือ ตัวอักษรที่มีลักษณะหนามากกว่าปกติ
- Extra / Black คือ ตัวอักษรแบบตัวหนาพิเศษ

การใช้รูปแบบของกลุ่มนี้มักใช้กับกลุ่มคำที่เน้นเป็นพิเศษ เช่น หัวเรื่อง หรือ ใจความสำคัญต่างๆ

Thin: รูปแบบของตัวอักษร
 Light: รูปแบบของตัวอักษร
 Medium: รูปแบบของตัวอักษร
 SemiBold: รูปแบบของตัวอักษร
 Black: รูปแบบของตัวอักษร

ภาพประกอบที่ ๔๗ ตัวอย่างภาพตัวอักษรรูปแบบต่างๆ ในกลุ่มพิเศษ

๑.๙.๓ ขนาดของตัวอักษร (Type Size)

หน่วยที่รู้จักกันดีนั่นก็คือ Point พอยน์ ซึ่ง ๗๒ พอยน์ มีขนาดใหญ่เท่ากับ ๑ นิ้ว สำหรับงานสิ่งพิมพ์ หนังสือ การจัดเป็นเนื้อหาให้อ่านมักใช้ตัวอักษรทั่วไป ตัวอักษรมาตรฐานเช่น TH Sarabun, Cordia, Arial หรือตัวอักษรประเภท UPC ในภาษาไทย) ขนาดที่ใช้และเหมาะกับสายตาคอนทั่วไป คือ ๑๔ พอยน์ ซึ่งอ่านสบายตาพอดี แต่ในบางตัวอักษรอาจจะเล็กหรือใหญ่ไป ไม่มีขนาดตายตัวสักเท่าไรเพราะต้องขึ้นอยู่กับคนออกแบบตัวอักษรนั้นๆ ด้วย อีกทั้งการลองจัดวางตัวอักษรและดูความเหมาะสมกับงานเช่นกัน

ขนาด 24 pt รูปแบบของตัวอักษร

ขนาด 72 pt **รูปแบบของตัวอักษร**

ขนาด 24 pt Medium: รูปแบบของตัวอักษร

ขนาด 48 pt **Medium: รูปแบบของตัวอักษร**

ภาพประกอบที่ ๔๘ ตัวอย่างภาพขนาดของตัวอักษร

๑.๙.๔ การวางตำแหน่งตัวอักษร

เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่มีความสำคัญกับการทำงาน สำหรับการวางตำแหน่งตัวอักษร หนังสือเล่มนี้จะมีข้อควรคำนึงถึงอยู่ ๓ ข้อ คือ

๑) **ธรรมชาติการอ่านของคนไทย** จะอ่านจากซ้ายไปขวาและบนลงล่าง โดยลักษณะการกวาดสายตาคจะเป็นดังภาพ ดังนั้น ถ้าอยากให้อ่านง่าย ควรจะวางเรียงลำดับให้ดีด้วย ไม่เช่นนั้นจะเป็นการอ่านข้ามไปข้ามมา ทำให้เสียความหมายของข้อความได้



ภาพประกอบที่ ๕๙ ตัวอย่างภาพการวางตำแหน่งฟอนต์

(แหล่งที่มา : <https://www.freepik.com/search?format=search&page=๒&query>)

๒) จุดเด่นที่เป็นตัวอักษรควรมีเพียงจุดเดียว คือ ควรมีตัวอักษรที่ใหญ่และเด่นชัดอยู่เพียงจุดเดียว ที่เรียกว่าหัวข้อหลักจึงจะเป็นจุดเด่นที่มองเห็นได้ง่ายไม่สับสน ส่วนจุดอื่นๆ ขนาดควรจะเล็กลงมาตามลำดับความสำคัญ ที่จะกลายเป็นตัวโปรยหรือหัวข้อรอง



ภาพประกอบที่ ๕๐ ตัวอย่างภาพการออกแบบป้ายแสดงความยินดีกับบัณฑิต

๓) ไม่ควรใช้ฟอนต์หลากหลายรูปแบบมากเกินไปในงานชิ้นเดียว เพราะจะทำให้กลายเป็นงานที่อ่านยาก ชวนปวดหัวมากกว่าชวนอ่าน กรณีจำเป็นแนะนำให้ใช้ฟอนต์เดิม แต่ปรับแต่งขนาด ความหนา หรือ กำหนดความเอียงบ้าง เพื่อเพิ่มความน่าสนใจไม่ให้งานดูน่าเบื่อ หรืออยากให้งานมีความน่าสนใจมากขึ้นจากการใช้ฟอนต์ผู้ปฏิบัติงานก็ควรเลือกใช้ไม่เกิน ๓ ฟอนต์ในหนึ่งงานออกแบบ



ภาพประกอบที่ ๕๑ ตัวอย่างภาพการออกแบบขั้นตอนการถ่ายภาพจากมือถือ

๑.๑๐ ภาพประกอบ (Illustration)

ภาพประกอบเป็นอีกหนึ่งสิ่งที่สำคัญในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เพราะจะทำให้สื่อมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น การใช้ภาพประกอบงานจึงสามารถทำให้สื่อประชาสัมพันธ์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายทำให้สื่อมีประสิทธิภาพ และภาพประกอบมีความหมายคือ “เป็นภาพที่เขียนขึ้นเพื่อบอกเล่าเรื่องราวหรือถ่ายทอดเหตุการณ์ต่าง ๆ ให้ผู้อื่นได้รับรู้โดยมี

จุดมุ่งหมายให้สอดคล้องกับเรื่องราวนั้น ๆ และให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง อาจเป็นทั้งภาพประกอบเรื่องในหนังสือ พระคัมภีร์หรือภาพเขียนบนฝาผนังอาคาร สถาปัตยกรรมต่างๆ และรวมถึงภาพโฆษณาต่างๆ ด้วย”(ภาพประกอบ, ๒๕๖๑, สืบค้นจาก<https://th.wikipedia.org/wiki/>)

ก่อนที่ผู้ปฏิบัติงานจะเริ่มออกแบบสร้างสรรค์งานออกแบบ ในรูปแบบต่างๆ ผู้ปฏิบัติงานควรทำความรู้จักพื้นฐานของภาพประกอบที่จะนำมาใช้ในงานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น รู้จักการกำหนดความละเอียดของภาพ ไฟล์ภาพชนิดต่างๆ โหมดสีของภาพ รวมถึงโปรแกรมที่ใช้ในการสร้างสรรค์ภาพ สิ่งเหล่านี้รวมเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการออกแบบทั้งสิ้น ซึ่งจะมีอยู่ด้วยกัน ๒ ลักษณะคือ ภาพ Bitmap และ Vector ผู้ปฏิบัติงานควรมีความรู้เรื่องไฟล์ทั้งสองชนิด

Bitmap คือ มีลักษณะเป็นภาพจริง เช่น ภาพของคน สัตว์ สิ่งของ สถานที่ ที่เกิดจากการถ่ายภาพ ที่มีลักษณะที่เกิดขึ้นจากจุดสีที่เล็กที่สุด มีสีสัน ที่เรียกกันว่าจุด พิกเซล (Pixel) มาเรียงต่อกันจนเกิดเป็นรูปภาพ ตัวอย่างของภาพชนิดนี้ผู้ปฏิบัติงานจะเห็นได้จากภาพถ่ายด้วยมือถือ ด้วยกล้องดิจิทัล หรือ ภาพจากอินเทอร์เน็ต (Internet) เป็นต้น

ข้อดี คือ เป็นไฟล์รูปภาพที่สามารถเปิดดูได้ง่าย ไม่ต้องใช้โปรแกรมเฉพาะ

ข้อเสีย คือ ขยายขนาดไม่ได้ เพราะจะทำให้พิกเซลของภาพแตกทันที ถ้าจะใช้งานที่มีขนาดใหญ่ ต้องกำหนดความละเอียดไว้สูงๆ ตั้งแต่เริ่มต้น

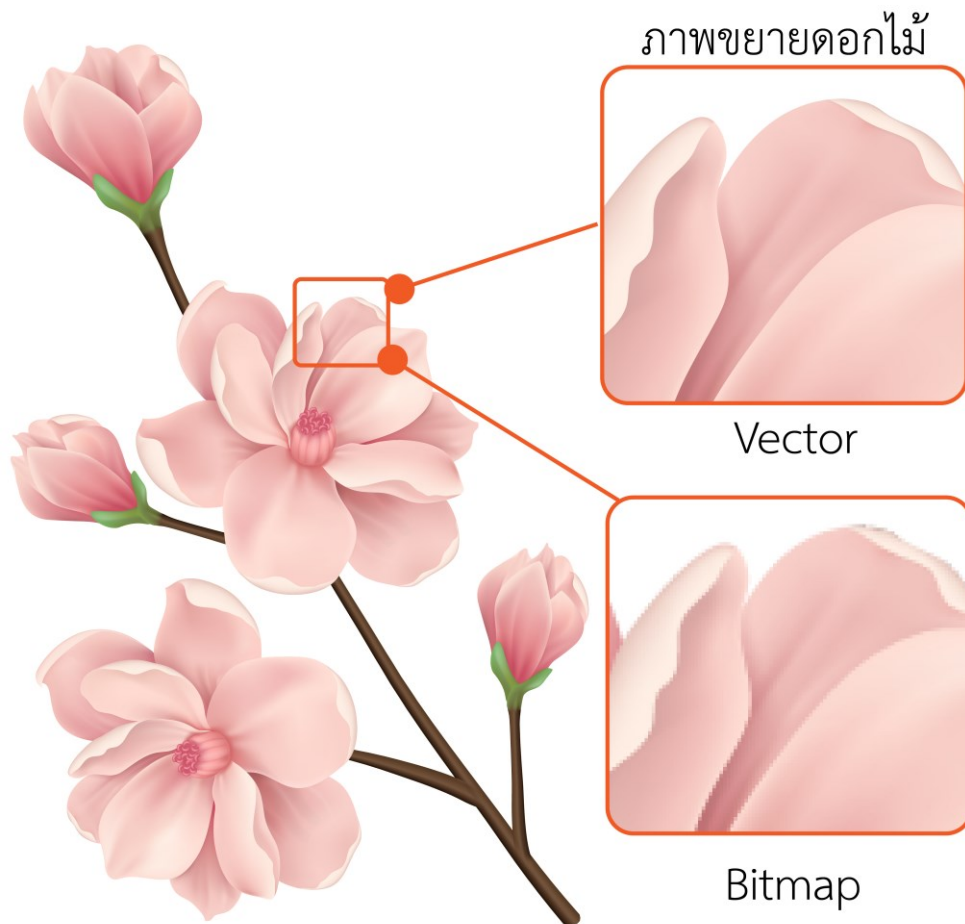


ภาพประกอบที่ ๕๒ ตัวอย่างภาพจริงที่ถ่ายดอกไม้จากกล้องถ่ายภาพ

Vector คือ ภาพอีกชนิดในจอคอมพิวเตอร์ ที่เกิดจากสูตรคำนวณทางคณิตศาสตร์ ส่วนใหญ่จะเป็นภาพวาดลายเส้น เช่น ภาพวาดจากโปรแกรม Illustrator ไฟล์ Vector จะเรียกว่าไฟล์ต้นฉบับ หรือไฟล์ดิบ

ข้อดี คือ สามารถย่อ/ขยายภาพได้โดยไม่เสียรายละเอียด คือ ไม่แตกเป็นพิกเซล จนกว่าจะนำไม่แปลงเป็นไฟล์ Bitmap เพื่อเป็นรูปภาพแล้วนำไปใช้งาน

ข้อเสีย คือ จะต้องใช้งานกับโปรแกรมเฉพาะทางในการเปิดไฟล์ เช่น ไฟล์ Ai จะต้องเปิดกับโปรแกรม Illustrator เท่านั้น



ภาพประกอบที่ ๕๓ ตัวอย่างลักษณะข้อแตกต่างของภาพ bitmap & Vector
(แหล่งที่มา: <https://www.freepik.com/free-vector/floral-background-design>)

๑.๑๐.๑ การกำหนดความละเอียดของภาพ (Resolutions)

ความละเอียดของภาพ (Resolution) หมายถึง จำนวนจุดต่อพื้นที่การแสดงผล นิยมวัดกันเป็นจุดต่อนิ้ว (dpi) การสร้างกราฟิกผ่านจอมอนิเตอร์ไม่จำเป็นต้องมีรายละเอียดของภาพสูงเกินไป โดยทั่วไปจะใช้ความละเอียด ๗๒ dpi ก็เพียงพอเพื่อให้ขนาดของไฟล์ไม่ใหญ่เกินไป ซึ่งจะต่างจากความละเอียดของภาพเมื่อใช้ในงานพิมพ์ อาจต้องใช้ความละเอียดสูงมาก เช่น ๓๕๐ dpi สำหรับภาพสี และ ๖๐๐ dpi สำหรับภาพขาวดำ เป็นต้น

พิกเซล (pixel) เป็นหน่วยพื้นฐานของภาพ คือจุดภาพบนจอแสดงผล หรือจุดภาพในรูปภาพที่รวมกันเป็นภาพขึ้น โดยภาพหนึ่ง ๆ จะประกอบไปด้วยจุดภาพหรือพิกเซลมากมาย และแต่ละภาพที่สร้างขึ้นจะมีความหนาแน่นของจุดภาพ หรือบางครั้งแทนที่ความละเอียด (ความคมชัด) ที่แตกต่างกันไป จึงใช้ในการบอกคุณสมบัติของภาพ จอภาพ หรือ อุปกรณ์แสดงผลภาพได้ คำว่า “พิกเซล” (pixel) มาจากคำว่า “พิกเจอร์” (picture) ที่แปลว่า รูปภาพ

และ “เอลเมนต์” (element) ที่แปลว่า องค์ประกอบ จอภาพที่มีจำนวนพิกเซลมาก จะมีความละเอียดของภาพมาก โดยมากจะระบุจำนวนพิกเซลแนวนอน x แนวตั้ง เช่น ๑๓๖๖ x ๗๖๘ พิกเซล และที่สำคัญที่เรามักเจออีกคำหนึ่งก็คือ *megapixel* คือหน่วยล้านของ pixel ... ๑ megapixel (mp) จึงมาค่าเท่ากับ ๑ ล้าน pixel เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ของงานออกแบบออกที่มาจากภาพคมชัดไม่แตกหรือเบลอ ผู้ปฏิบัติงานจะต้องรู้จักกำหนดค่าความละเอียด (Resolutions) ของภาพให้เหมาะสมกับลักษณะงานที่จะนำภาพนั้นไปใช้ ดังนั้น เพื่อความเหมาะสมกับการทำงานแต่ละแบบ จึงมีการกำหนดความละเอียดภาพที่เหมาะสมดังนี้

- ค่าความละเอียด ๗๒ Pixel/Inch : สำหรับการแสดงบนหน้าจอคอมพิวเตอร์ เช่น งานออกแบบเว็บไซต์ banner เป็นต้น
- ค่าความละเอียด ๑๕๐ Pixel/Inch : สำหรับแผนที่จะนำไปพิมพ์ผ่านเครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ต (Inkjet Printer) เช่น ป้ายไว้นิล ป้ายกองโจร เป็นต้น
- ค่าความละเอียด ๓๐๐ Pixel/Inch : สำหรับงานสิ่งพิมพ์ ผ่านเครื่องพิมพ์ออฟเซต (Offset Press) เช่น หนังสือ โปสเตอร์ แผ่นพับ นามบัตร ฯลฯ

๑.๑๐.๒ รูปแบบของไฟล์ภาพในงานออกแบบกราฟิก

ไฟล์รูปแต่ละชนิด จะมีคุณสมบัติที่เหมาะสมกับงานกราฟิกในรูปแบบที่แตกต่างกันไป ดังนั้น ผู้ปฏิบัติงานจึงควร จะเลือกบันทึก (Save) เป็นไฟล์รูปชนิดที่เหมาะสมกับงานที่จะนำไปใช้ให้มากที่สุด และถึงแม้ว่าจะมีไฟล์มากมายหลายชนิด แต่ในปัจจุบันมีไฟล์ที่ใช้เป็นมาตรฐานอยู่ไม่กี่ชนิด ดังนี้

- **ไฟล์ JPEG** เป็นไฟล์ภาพที่นิยมใช้งานบนอินเทอร์เน็ต (Internet) หรือรูปภาพดิจิทัล ข้อดีคือ ไฟล์จะถูกบีบอัดจนมีขนาดไม่ใหญ่มากนัก เปิดดูได้เร็ว แต่ไม่ค่อยเหมาะกับงานพิมพ์คุณภาพสูง
- **ไฟล์ BMP** เป็นไฟล์ภาพของระบบปฏิบัติการ Windows ข้อดีคือ เก็บรายละเอียดของรูปได้มาก เหมาะสำหรับนำไปตกแต่งต่อ แต่ปัญหาของภาพชนิดนี้คือ ไฟล์ใหญ่เปิดช้า และไม่รองรับโหมดสีสิ่งพิมพ์ CMYK จึงนำไปใช้กับงานสื่อสิ่งพิมพ์ไม่ได้
- **ไฟล์ TIFF** เป็นไฟล์ภาพที่เก็บรายละเอียดของงานได้ครบถ้วนสมบูรณ์ สามารถบันทึกเลเยอร์ (Layer) เก็บไว้ใช้ต่อได้ใช้ได้ทั้ง Windows และ Mac อีกทั้งยังรองรับโหมดสี CMYK ได้อีกด้วย
- **ไฟล์ PNG** เป็นไฟล์ที่ถูกบีบอัดมีขนาดเล็กมากๆ และยังสามารถบันทึกให้มีพื้นหลังแบบโปร่งใส เหมาะกับงานบนเว็บไซต์หรือบนอินเทอร์เน็ต (Internet)
- **ไฟล์ PSD** เป็นไฟล์ที่สร้างจากโปรแกรม Adobe Photoshop สามารถบันทึกข้อมูลแก้ไขต่างๆ และแยกเลเยอร์ (Layer) สำหรับนำกลับมาแก้ไขตกแต่งต่อไปได้ ปัจจุบันสามารถใช้ไฟล์นี้ส่งโรงพิมพ์ได้เลย เพราะทุกโรงพิมพ์จะมีโปรแกรม Adobe Photoshop กันอยู่แล้ว แต่ที่ไม่นิยมเพราะไฟล์นี้จะมีขนาดใหญ่ของมันเอง
- **ไฟล์ AI** เป็นไฟล์ภาพที่เกิดจากการวาดภาพและทำงานในโปรแกรม Illustrator สามารถส่งไฟล์นี้เข้าโรงพิมพ์ ได้เช่นเดียวกัน
- **ไฟล์ EPS** เป็นไฟล์ภาพที่ถูกแปลงออกมาจากไฟล์ที่ทำงานในโปรแกรม Illustrator ไฟล์แบบนี้มีข้อดีคือ ตัวไฟล์ จะดึงรูปภาพที่ใช้ในการทำงานมาฝังไว้ในไฟล์ได้ด้วย

๑.๑๐.๓ โหมดสีของภาพ (Color Mode)

โหมดสี (Color Mode) คือ รูปแบบการผสมสีเพื่อนำไปใช้กับงานประเภทต่างๆ โดยโหมดสีแต่ละชนิดจะเหมาะกับ งานที่แตกต่างกันออกไป โหมดสีจะมีอยู่หลายชนิด แต่ถ้าพูดถึงโหมดสีหลักๆ ที่เกี่ยวกับงานออกแบบกราฟิกและต้องใช้ อยู่เป็นประจำแล้วจะมีอยู่เพียง ๓ ชนิดเท่านั้น GRAYSCALE MODE, RGB MODE, CMYK MODE

Grayscale โหมดสีเดียว : โหมดสีนี้จะมียู่เพียงสีเดียวเท่านั้น นั่นก็คือสีดำ การแสดงผลของภาพจะเป็นการไล่สีจากดำ เทา ไปจนถึงสีขาวสุด มักใช้สีในโหมดนี้กับงานพิมพ์สีเดียว เพื่อประหยัดต้นทุนการผลิต

RGB โหมดสีสำหรับแสดงผลบนหน้าจอ : เป็นโหมดสีที่เกิดจากการผสมของแม่สีทางแสง ๓ สี ซึ่งประกอบไปด้วยสีแดง (Red), สีเขียว (Green), และสีน้ำเงิน (Blue) นำไปใช้ในการแสดงผลบนหน้าจอ เหมาะกับงานบนอินเทอร์เน็ต (Internet) เว็บไซต์ สีในโหมดนี้ จะมีความสดและหาอิมตัวสูง ผู้ปฏิบัติงานไม่สามารถนำไปใช้กับระบบงานสิ่งพิมพ์ได้

CMYK โหมดสีสำหรับงานสิ่งพิมพ์ : ให้ผลลัพธ์ตรงกับสีธรรมชาติมากที่สุด เพราะเกิดจากการผสมกันของแม่สีทางวัตถุ หรือแม่พิมพ์ที่เป็นหมึกพิมพ์จริงๆ ทั้ง ๔ สี ได้แก่ ฟ้ำ (Cyan), บานเย็น (Magenta), เหลือง (Yellow) และดำ (Black) ผสมกันเป็นภาพโดยจัด เป็นโหมดสีที่ใช้สำหรับงานสิ่งพิมพ์ทุกชนิด



RGB

CMYK

Grayscale

ภาพประกอบที่ ๕๔ ตัวอย่างการใช้โหมดสี RGB บนหน้าจอแบบโหมด CMYK และสี Grayscale ที่มองผ่านหน้าจอ

โดยปกติส่วนมากภาพที่ผู้ปฏิบัติงานนำมาจากอินเทอร์เน็ต (Internet) หรือภาพจากกล้องดิจิทัลจะใช้โหมดสีแบบ RGB ซึ่งถ้าจะแชร์ส่งต่อไป บนเฟซบุ๊ก หรือใช้บนจอคอมพิวเตอร์ ก็จะไม่มีปัญหาอะไร แต่ถ้าจะนำไปส่งพิมพ์แล้วจะเกิดปัญหาอย่างแน่นอน เพราะสีที่ได้จะ ผิดเพี้ยนไปจากที่เห็นบนจอภาพ แบบที่ระดับความเพี้ยนสีตั้งแต่เล็กน้อยจนถึงขั้นเพี้ยนสีอย่างมาก ดังนั้น ถ้ารู้ว่างานนี้ต้องนำไปส่งพิมพ์ออกมา ก็ให้เปลี่ยนมาทำงานในโหมดสีแบบ CMYK ตั้งแต่ต้นเสียก่อน ได้หลังจากพิมพ์ออกมาก็จะใกล้เคียงกับสีของภาพที่เห็นบนหน้าจอของผู้ปฏิบัติงานมากที่สุด (อนัน วาโอะ, ๒๕๖๑, Graphic Design for Advertising & Printing, น.๔๔)

๑.๑๑ การจัดองค์ประกอบ

การจัดองค์ประกอบที่ดีจะช่วยให้งานออกแบบนั้นมีจุดเด่นอย่างชัดเจน สามารถดึงดูดผู้พบเห็นและสื่อ ความหมายได้ตรงตามต้องการ โดยที่ภาพรวมของงานยังคงไปในทิศทางที่ส่งเสริมกัน “การจัดวางองค์ประกอบที่ดีจำเป็นต้องงานศิลปะ กราฟิกหรืองานอื่นๆ และเป็นพื้นฐาน

สำคัญที่ควรหยิบยกมาพิจารณา นักออกแบบที่ประสบความสำเร็จมักเป็นปรมาจารย์ด้านการจัดวางองค์ประกอบพื้นฐาน นักออกแบบกราฟิกจะใช้ตัวอักษรและรูปภาพร่วมกันโดยจะพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบไปด้วยและท้ายที่สุดองค์ประกอบทั้งหมดจะรวมกันแสดงผลเป็นระดับชั้นผ่านการมองเห็น ซึ่งช่วยนำสายตาของผู้ชมให้ไล่ไปตามลำดับเรื่องราว” (Dabner, Stewart,Zempol, ๒๐๑๕, น.๓๒, ผู้แปล จุติพงศ์ ภูสุมาศและสุวิสา แซ่อึ้ง)



ภาพประกอบที่ ๕๕ ตัวอย่างภาพการจัดองค์ประกอบป้าย PR อาสา รุ่นที่ ๓

๑.๑๑.๑ พื้นฐานการจัดองค์ประกอบ

การจัดองค์ประกอบในการออกแบบก็มีส่วนคล้ายคลึงกันกับการจัดองค์ประกอบศิลปะ เพราะการออกแบบก็เป็นการทำงานศิลปะอย่างหนึ่งที่มีการใช้ทัศนศิลป์มา ร่วมกับการออกแบบที่มีประโยชน์ใช้สอยเพิ่มเติมเข้ามาที่มากกว่าการชื่นชมด้วยตาเพียงอย่างเดียว เช่นงานศิลปะต่างๆ อีกทั้งงานออกแบบยังประกอบไปด้วยภาพและตัวอักษรและนำมาจัดวางให้ สวยงามน่าสนใจ ในการจัดองค์ประกอบที่นิยมเพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานได้นำไปประยุกต์ใช้พัฒนาในงาน ออกแบบของตนได้มีดังนี้

๑) จังหวะการจัดวาง (Rhythm) เป็นเรื่องของจังหวะในการวางองค์ประกอบ อาจวางซ้ำๆ หรือวางในระยะที่เท่ากัน วางให้เกิดจังหวะที่แตกต่างกันเล็กน้อย ตรงส่วนที่ต้องการให้เป็นจุดเด่น สามารถใช้ได้กับทุกองค์ประกอบ ตัวอักษร รูปภาพ หรือสีก็ได้เช่นกัน เป็นการใช้ช่องไฟหรือระยะห่างระหว่างวัตถุที่ชัดเจน ดังตัวอย่างนี้

กำหนดการ โครงการส่งเสริมวัฒนธรรม “ดริวก็ซ ดริวตาซ สกกราชต์ล้านนา”
วันพฤหัสบดี ที่ ๒๑ เมษายน ๒๕๖๕

เวลา	กิจกรรม
บริเวณลานพ่อกุ	
เวลา ๐๙.๕๐ - ๑๔.๐๐ น.	พร้อมกัน ณ บริเวณลานพ่อกุ
เวลา ๑๔.๐๐ - ๑๕.๐๐ น.	พิธีสัการะคำขวัญสิ่งดีดีสิทธิประจามหาวิทยาลัย “พระภูมิเทพนครราช”
เวลา ๑๖.๐๐ - ๑๓.๐๐ น.	ผู้สมัครลงทะเบียนการแข่งขัน
เวลา ๑๓.๐๐ - เป็นต้นไป	การแข่งขันอาหารแห้งเกียรดิยศ : ลาบ (บริเวณลานพ่อกุ) การแข่งขันตัดคุงปีใหม่ (ศาลาราชมงคล) การแข่งขันส้มคำลิลา (บริเวณลานหน้าอาคารสำนักงานอธิการบดี)
บริเวณสนามหญ้าหน้าอาคารสำนักงานอธิการบดี	
เวลา ๑๕.๐๐ - ๑๕.๓๐ น.	พิธีคำทออธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา และผู้บริหารมหาวิทยาลัยฯ
เวลา ๑๕.๓๐ - ๑๖.๐๐ น.	พิธีมอบรางวัลให้กับผู้ชนะการแข่งขันอาหารแห้งเกียรดิยศ : ลาบ การแข่งขันตัดคุงปีใหม่ และการแข่งขันส้มคำลิลา

รายการแข่งขัน

ประกวดตุง

แข่งขันลาบ

แข่งขันส้มคำลิลา

ภาพประกอบที่ ๕๖ ตัวอย่างภาพงานออกแบบกำหนดการโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมที่ใช้รูปแบบจังหวะการจัดวางซ้ำๆ ของขนาดภาพ ตัวอักษร และการใช้ช่องไฟ

๒) ความสอดคล้องและความขัดแย้งกัน (Harmony/ Contrast)

ขององค์ประกอบ เป็นเรื่องการสร้างจุดเด่นให้แยกออกจากฉากหลัง บางครั้งการใช้ความสอดคล้องแต่ยังทำให้สร้างจุดเด่นในงานได้โดยให้ภาพหลักยังคงมีความกลมกลืนกันอยู่ เรียกว่า Harmony ในวิธีการนี้จะทำให้เกิดความรู้สึกที่ละมุน ดูแล้วสบายตาเหมาะที่จะใช้กับงานประชาสัมพันธ์ที่ต้องการบอกเล่าเหตุการณ์ต่างๆ และการออกแบบในอีกรูปแบบที่ต้องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่ต้องการให้มีความรู้สึกกระตือรือร้น มีการให้ความสนใจในทันทีที่เห็นเป็นการประชาสัมพันธ์เรื่องที่น่าตื่นเต้นหรือเรื่องสำคัญ ผู้ปฏิบัติงานควรสร้างจุดเด่นโดยให้ภาพหลักขัดแย้งกับพื้นหลังอย่างชัดเจน เรียกว่า Contrast การออกแบบรูปแบบนี้จะทำให้งานมีสีสันที่น่าสนใจเนื่องจากการผลึกความเด่นของภาพจากพื้นหลังที่ต่างกันมากนั่นเอง

การป้องกัน การติดเชื้อ โควิด-19 Universal Prevention

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ห่วงใย และคำนึงถึงความปลอดภัยของนักศึกษา อาจารย์ และบุคลากร

- 1 ออกจากบ้าน เมื่อจำเป็น
- 2 เว้นระยะห่าง 1-2 เมตร
- 3 ล้างมือบ่อยๆ ด้วยสบู่หรือเจลแอลกอฮอล์
- 4 อย่าใช้มือสัมผัสหน้ากาก
- 5 สวมหน้ากากอนามัย/ หน้ากากผ้า ตลอดเวลา
- 6 ผู้คนกลุ่มเสี่ยง หลีกเลี่ยงการออกนอกบ้าน
- 7 ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อพื้นผิวที่ถูกสัมผัสบ่อยๆ
- 8 แยกของใช้ส่วนตัวทุกชนิด ไม่ใช้ร่วมกับผู้อื่น
- 9 กินอาหารปรุงสุกใหม่ แยกสำรับ ใช้ช้อนกลาง สอนส่วนตัว
- 10 ประเมินความเสี่ยงของตนเอง หากมีอาการ COVID-19 ให้ตรวจ ATK

www.mru.ac.th

ภาพประกอบที่ ๕๗ ตัวอย่างงานออกแบบที่ใช้ความขัดแย้งกันของสีมาทำให้งานมีความน่าสนใจและโดดเด่น แยกออกจากฉากหลังอย่างเห็นได้ชัด



ภาพประกอบที่ ๕๘ ตัวอย่างงานออกแบบที่ใช้ความสอดคล้องของสีมาเป็นหลักในการออกแบบที่จะทำให้น่าอ่าน มีความกลมกลืนดูแล้วสบายตา

๓) การจัดเรียงตำแหน่งขององค์ประกอบ (Alignment) ทำให้อ่านง่าย สบายตา เป็นมิตรต่อการมองเห็น สามารถรับรู้ทันทีว่าจะต้องเริ่มอ่านตรงไหน จบตรงไหน มีทิศทางการมองได้อย่างชัดเจน โดยธรรมชาติของคนไทยจะกวาดตาอ่านหนังสือจากบนซ้ายไปด้านขวา ไหล่จากบนลงล่าง ในส่วนนี้จะคล้ายกับเรื่องธรรมชาติการอ่านที่เคยกล่าวไว้แล้วในหัวข้อ Typography



ภาพประกอบที่ ๕๙ ตัวอย่างภาพการออกแบบป้ายแบนเนอร์ประชาสัมพันธ์งานโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการแบบการจัดเรียงตำแหน่งองค์ประกอบที่อ่านจากซ้ายไปขวา

๔) สัดส่วนขององค์ประกอบ (Proportion) โดยธรรมชาติของมนุษย์จะมองวัตถุที่ใหญ่กว่าก่อนเสมอ ดังนั้นสัดส่วนที่แตกต่างกันของจุดเด่นและองค์ประกอบอื่นๆ ที่ไม่ใช่จุดเด่น ควรมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนในระดับหนึ่งจึงจะเพิ่มความน่าสนใจให้กับจุดเด่นได้ การจัดวางองค์ประกอบในรูปแบบนี้มักจะใช้ในการสร้างจุดเด่นให้กับข้อมูลหรือภาพที่สำคัญเพื่อดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายสนใจเป็นจุดแรกและสามารถเข้าใจความหมายได้ทันที ดังตัวอย่าง

“เกษตรกรไทยหาจน หลุดพ้นกับดักรายได้ปานกลาง”

จังหวัดตากจึงเดินตามรอยเบื้องพระยุคลบาท ทำตามแบบอย่าง “โครงการหลวง-เกษตรที่สูง” ในรูปแบบประชารัฐ ยุกระดับเกษตร 4.0 เกษตรแปลงใหญ่ สู่อุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก

- ใช้นโยบาย ยามาแปลง ต้นทุนสูง
- พลวัตต่ำ ไม่มีที่ขาย

โครงการเกษตรอุตสาหกรรม
เพื่อการส่งออก ภาคเหนือ

โครงการขยายผลภาคเหนือ

ต้นทาง
1,850 ไร่/แปลง

- สร้างเกษตรกรหัวใจดีเพื่อการส่งออก 4,728 ราย
- สร้างศูนย์สาธิต พัฒนาปรับปรุงพันธุ์ ขยายพันธุ์ผลิตภัณฑ์กว่า 500 ราย
- สร้างผู้ประกอบการให้บริการ 200 ราย
- เครื่องมือ เครื่องจักร เทคโนโลยีการเกษตรสมัยใหม่
- การวางระบบการจัดการน้ำในแปลง
- ตรวจวัดรับรอง ออริจินาพิซ
- การจัดการฟาร์มด้วยระบบสารสนเทศ

ปากทาง
1,100 ไร่/แปลง

- ไร่ละแยก คัดส่ง แพคเกจจิ้ง หีบหมัก 30 - 35 ไร่
- โรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ไม่น้อยกว่า 5 - 10 ไร่
- วิจัย พัฒนา ผลิตภัณฑ์คลัสเตอร์ แม่ฮ่องสอน เชียง การเชื่อมเครือข่ายให้อาหารสุขภาพ (Functional food / Healthy Food/ Food Ingredient etc.) 2,000 products

กลางทาง
1,100 ไร่/แปลง

- ฝึกอบรมเกษตรกรผู้ผลิตและส่งออก 50 ราย
- สร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์/แปรรูป
- *ปริมาณสูง - สามารถรองรับได้ไม่น้อยกว่า 4 แสนไร่ และ 200 ตลาดน้อย
- ศึกษาวิเคราะห์วิจัย และพัฒนาการตลาด

ปลายทาง
450 ไร่/แปลง

- บริษัทพัฒนาเกษตรอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก ภาคเหนือ ขยายเกษตรแปลงใหญ่ 238,050 ไร่
- กลุ่มประเทศคู่ค้า เกาหลี จีน ไต้หวัน ฯลฯ
- ตลาดในประเทศ อาทิ TCM 7-11 ตลาดไทย ฯลฯ

บริษัทจัดการมรดก
บริษัทพัฒนาเกษตรอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกภาคเหนือ รูปแบบประชารัฐ

- เกษตรกร
- สภาอุตสาหกรรมจังหวัดภาคเหนือ
- จังหวัดภาคเหนือ
- มทร.ล้านนา และมหาวิทยาลัยในภาคเหนือ
- ฯลฯ

ภาพประกอบที่ ๖๐ ตัวอย่างภาพงานออกแบบที่แบ่งสัดส่วนงานอย่างชัดเจน

๕) การรวมกลุ่มขององค์ประกอบ (Proximity) คือ การนำองค์ประกอบอื่นๆ มารวมกลุ่มไว้ใกล้กับจุดเด่นที่ต้องการ เพื่อให้ง่ายต่อการมองเห็นนั่นเอง ยกตัวอย่างนักร้องคนดังที่มีผู้คนและแฟนคลับชูไม้ชูมือเชียร์อยู่ด้านล่าง หรือนักกีฬาที่กำลังถูกแสง Spotlight ฉายอยู่ จะทำให้คนคนนั้นดูน่าสนใจมากขึ้น

มหาวิทยาลัยนวัตกรรมเพื่อชุมชน
University of Innovation for community

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
Rajamangala University of Technology Lanna
www.rmutil.ac.th Tel. 053-921-444

ไมโครนาโนบับเบิล
เทคโนโลยียืดอายุความสดของอาหาร
หนึ่งแนวคิดที่พัฒนาเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค

ภาพประกอบที่ ๖๑ ตัวอย่างภาพงานออกแบบที่ใช้การจัดวางองค์ประกอบแบบรวมกลุ่มของภาพผักและผลไม้

๑.๑๑.๒ รูปแบบของการจัดองค์ประกอบ

พื้นฐานองค์ประกอบผ่านไป ทีนี้มาถึงการรวมเอาทุกสิ่งทีกล่าวมารวมกัน โดยใช้ Element หรือองค์ประกอบต่างๆ เช่น เส้น สี หรือตัวอักษร สื่อความหมายออกไปด้วยการจัดวาง ที่สามารถดึงดูดความสนใจและแสดงอารมณ์ของงานได้อย่างเหมาะสมมากที่สุด การจัดองค์ประกอบหลักๆ มีอยู่ ๓ แบบ ได้แก่

๑) **จัดองค์ประกอบแบบทางเดียวกัน (Unity)** คือ การเลือกใช้อ้องค์ประกอบที่สื่อความหมายไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อสร้างงานที่มีความหมายเดียว ทั้งลักษณะอารมณ์ตัวหนังสือ การจัดวางภาพประกอบ รวมถึงสีสรรที่เลือกใช้ในงานให้ออกแบบเป็นไปทางเดียวกัน จะแสดงให้เห็นถึงความมีเอกภาพของงานที่จัด



ภาพประกอบที่ ๒๒ ตัวอย่างภาพป้ายประชาสัมพันธ์งานกีฬาระดับจังหวัด ๙ ราชมงคล

๒) **จัดองค์ประกอบแบบสมดุล (Balance)** คือ การจัดองค์ประกอบจากความสมดุลจะแยกได้ ๒ แบบด้วยกัน ได้แก่

๒.๑) ความสมดุลจริง คือ ภาพทั้งสองด้านซ้ายและขวามีรูปทรงที่คล้ายกันหรือเหมือนกันเมื่อมองงานออกแบบจะเห็นได้ชัดเจนจากภาพว่ามีความสมดุล



ภาพประกอบที่ ๒๓ ตัวอย่างภาพการออกแบบป้ายแบบสมดุลจริงจากวัตถุที่วางเท่าๆ กัน

๒.๒) สมดุลด้วยน้ำหนัก คือ ภาพไม่จำเป็นต้องเหมือนกันทั้งสองด้านและมีการจัดองค์ประกอบอื่นที่ไม่มีลักษณะเดียวกัน แต่มองดูแล้วมีน้ำหนักเท่าๆ กันทั้งสองด้าน ไม่ว่าจะเป็ นสี สัน รูปทรง ฟอนต์ หรือองค์ประกอบอื่นๆ มาวางลงในผลงาน ซึ่งน้ำหนักในที่นี้หมายถึงน้ำหนักที่วัดจากความรู้สึกของผู้ชมงานออกแบบ ที่เมื่อเห็นภาพแล้วมีความรู้สึกว่ ภาพนี้มี ความสมดุลของน้ำหนักภาพอยู่ ไม่ใช่ น้ำหนักจากการวัดหรือชั่งจากเครื่องมือแต่อย่างใด



ภาพประกอบที่ ๖๔ ตัวอย่างภาพการออกแบบป้ายแบบสมดุลด้วยน้ำหนัก

๓) จัดองค์ประกอบแบบเน้นจุดสนใจ (Point of Interest)

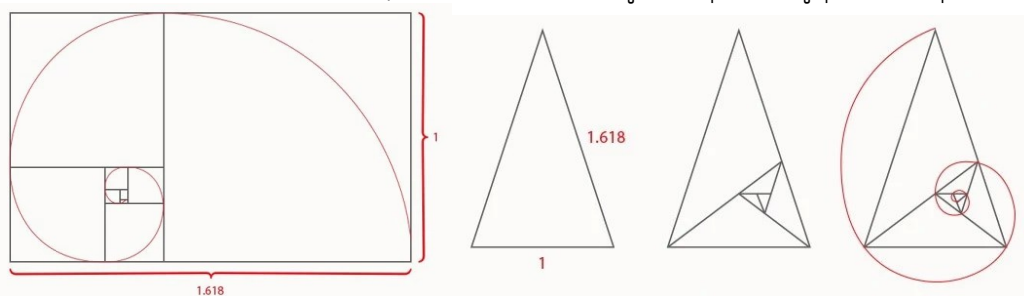
คือการจัดองค์ประกอบด้วยการให้วิธีวางตำแหน่งจุดเด่นลงไปแล้วใช้วิธีต่างๆ ที่อธิบายไว้ข้างต้น เน้นให้เกิดจุดเด่นมีความสนใจขึ้นมา เช่น ใช้ขนาดที่แตกต่างกันสำหรับจุดเด่น (ตามหลักของ Proportion) หรือใช้สีที่ตัดกัน (ตามหลักของ Contrast) (อนัน วาโซะ, ๒๕๖๑, Graphic Design for Advertising & Printing, น.๓๔)



ภาพประกอบที่ ๖๕ ตัวอย่างภาพงานออกแบบที่จัดองค์ประกอบแบบเน้นจุดสนใจ

๑.๑๑.๓ การจัดองค์ประกอบของภาพที่ใช้ประกอบงานออกแบบ

การจัดองค์ประกอบภาพที่เน้นจุดสนใจยังมีอีกหลายวิธีที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานออกแบบของผู้ปฏิบัติงานให้เกิดความสวยงามได้เช่นกัน ได้แก่ การใช้เส้นนำสายตา การใช้จุดตัด ๙ ช่องหรือการใช้กรอบภาพ เพื่อเน้นให้เกิดจุดเด่น องค์ประกอบที่กล่าวมาไม่ว่าจะเป็นวิธีการจัดวาง และความหมายขององค์ประกอบ เป็นสิ่งที่ต้องนำมาใช้และทำความเข้าใจร่วมกัน จากนั้นฝึกทำตามทฤษฎีต่างๆ และหาตัวอย่างที่สวยงามเพื่อมาทำความเข้าใจในวิธีการลงมือปฏิบัติ แล้ววิเคราะห์การเลือกใช้สี ใช้เทคนิคใดในการจัดวาง จึงจะทำให้ผลงานพัฒนาขึ้นและได้รับการยอมรับและยังมีนักออกแบบได้กล่าวถึงการจัดวางองค์ประกอบอื่นที่เป็นที่ยอมรับจากทั่วโลกไว้ว่า “เมื่อมองย้อนไปยังประวัติศาสตร์ของทัศนศิลป์ ทฤษฎีการจัดวางองค์ประกอบมีการพัฒนาในหลากหลายรูปแบบ เช่น วิทรูเวียส (Vitruvius) สถาปนิกและวิศวกรแห่งโรมันได้ใช้สูตรคณิตศาสตร์ในการกำหนดพื้นที่ของรูป ซึ่งเรารู้จักกันในชื่อสัดส่วนทองคำ (Golden Section) หรือสี่เหลี่ยมผืนผ้าทองคำ (Golden Rectangle) ซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากอัตราส่วนของด้านที่ยาวที่สุดและสั้นที่สุดของรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ซึ่งทฤษฎีนี้ปรากฏเป็นส่วนหนึ่งของคณิตศาสตร์, สถาปัตยกรรมศาสตร์, ศิลปศาสตร์, ผลงานกราฟิก และการออกแบบอุตสาหกรรมศิลป์ฝรั่งเศสนาม อองรี มาติสส์ (Henri Matisse) (๑๘๖๙-๑๙๕๔) ได้แรงบันดาลใจจากแนวคิดดังกล่าว และสร้างผลงานที่เกิดจากการจัดวางองค์ประกอบให้รู้สึกถึงความเคลื่อนไหวและถ่ายทอดความรู้สึกออกไป” (Dabner, Stewart, Zempol, ๒๐๑๕, น.๓๓, ผู้แปล จุติพงษ์ ภูสุมาศและสุวิสา แซ่อึ้ง)

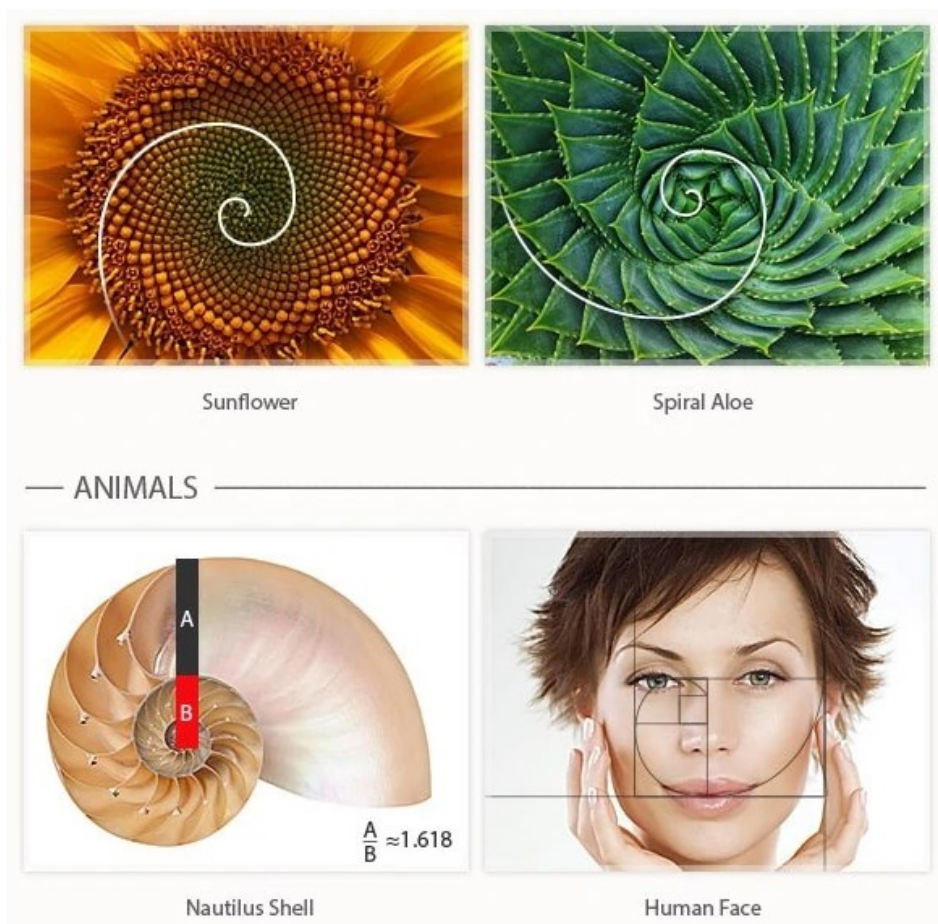


ภาพประกอบที่ ๖๖ ตัวอย่างภาพการคำนวณที่ตรงกับอัตราส่วน Golden Ratio

(แหล่งที่มา : <https://www.freepik.com/search?dates=any&format>)

ในปัจจุบันมีการนำสัดส่วนทองคำมาใช้ในงานอย่างแพร่หลายหรือที่เรียกว่า Golden Ratio “สัดส่วนทองคำ (Golden Ratio) หรือที่รู้จักกันในชื่อตัวเลขทองคำ อัตราส่วนทองคำ หรืออัตราส่วนของพระเจ้า คืออัตราส่วนระหว่างจำนวนสองจำนวนที่มีค่าโดยประมาณเท่ากับ ๑.๖๑๘ มักเขียนแทนด้วยตัวอักษรพายของกรีก สัดส่วนนี้มีความเกี่ยวข้องอย่างยิ่งกับลำดับฟีโบนัชชีซึ่งเป็นลำดับที่จำนวนแต่ละจำนวนจะบวกกับจำนวนก่อนหน้า จำนวนฟีโบนัชชีได้แก่ ๐, ๑, ๑, ๒, ๓, ๕, ๘, ๑๓, ๒๑ และจำนวนอื่นๆ ต่อไปเรื่อยๆ โดยสัดส่วนของจำนวนแต่ละจำนวนและจำนวนที่อยู่ก่อนหน้าจะมีค่าเข้าใกล้ ๑.๖๑๘ สัดส่วนทองคำใช้งานได้เหมือนกับกฎสามส่วนโดยสามารถใช้เป็นกรอบหรือแนวทางในการจัดวางองค์ประกอบแต่ไม่ได้เป็นข้อบังคับที่เข้มงวดเกี่ยวกับวิธีการที่คุณจะออกแบบโครงสร้างงานของคุณ เพราะในที่สุดแล้วระยะห่างเป็นสิ่งสำคัญและไม่ว่าจะเป็นแนวทางใดก็เป็นประโยชน์ทั้งสิ้น “ถ้าหากทุกสิ่งสำคัญหมด ก็แปลว่าไม่มีอะไรสำคัญเลย” นักศึกษาปริญญาตรีสาขาจิตวิทยา Sara Berndt กล่าว หากคุณจัดให้รูปภาพทั้งหมดอยู่ตรงกลางหรือจัดข้อความเป็นกลุ่มก้อนเดียวโดยไม่มีการจัดระเบียบ คุณอาจสร้างความรู้สึกแปลกแยกให้แก่ผู้อ่าน ผู้ชม หรือผู้ใช้ได้ ใช้สัดส่วนทองคำเป็นแนวทางในการทำงานของคุณเพื่อให้แน่ใจว่าองค์ประกอบต่างๆ มีระยะห่างที่เหมาะสมและมีการจัดวางเป็นอย่างดี” (Obermiller,

Berndt, ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสัดส่วนทองคำ, สืบค้นจาก https://www.adobe.com/th_th/creativecloud/design/discover/golden-ratio.html)

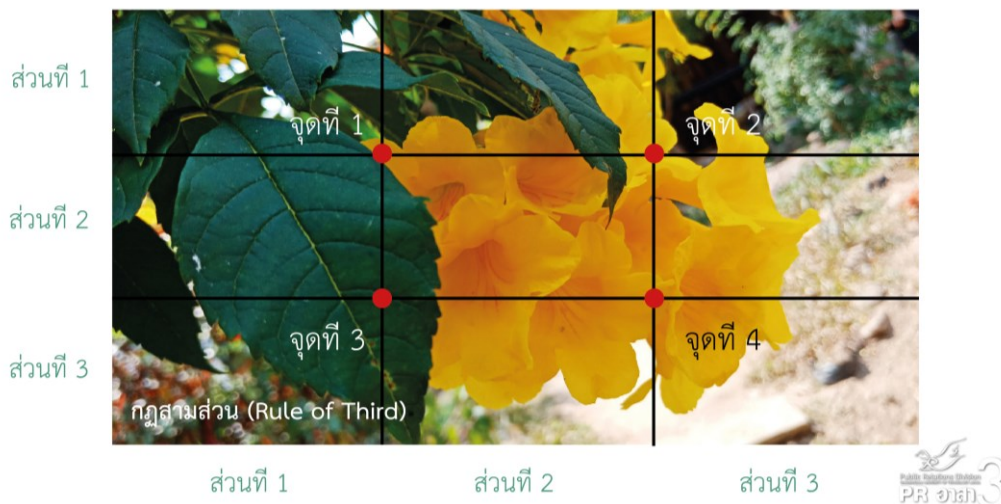


ภาพประกอบที่ ๖๗ ตัวอย่างภาพการใช้สัดส่วนทองคำ
(แหล่งที่มา : <https://www.freepik.com/search?dates=any&format>)



ภาพประกอบที่ ๖๘ ตัวอย่างภาพการใช้กรอบภาพ เสริมให้ภาพโดดเด่นขึ้น

กฎสามส่วน (Rule of Third)



ภาพประกอบที่ ๖๙ ตัวอย่างภาพการใช้จุดตัวเก้าช่อง เสริมให้ภาพโดดเด่นขึ้น

ปัญหา : ที่อาจเกิดขึ้นสำหรับผู้ปฏิบัติงานใหม่ในความเข้าใจหลักการออกแบบกราฟิก

๑. ผู้ปฏิบัติงานเลือกใช้ตัวอักษรไม่ลงตัวกับลักษณะของงานออกแบบเพราะไม่เข้าใจในลักษณะและความหมายของตัวอักษร
๒. ผู้ปฏิบัติงานไม่มีความรู้เรื่องโทนสีและไม่ได้ศึกษาศิลปะมาแต่ต้นจึงทำให้ไม่สามารถจดจำลักษณะหรือความหมายของสีได้

แนวทางแก้ไขปัญหา :

๑. ผู้ปฏิบัติงานต้องมีการสืบค้นข้อมูลเพิ่มเติมด้วยตนเองจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือที่มีการลงชื่อในบทความที่เขียนหรือหาข้อมูลเพิ่มเติมจากเว็บไซต์ที่มีการให้ความรู้ด้านการออกแบบโดยตรง
๒. ผู้ปฏิบัติงานควรมีการพิมพ์ตารางสีหรือหนังสือที่ให้ความรู้ด้านสีโดยเฉพาะเอาไว้สำหรับดูการผสมสีและความหมายของสีที่จะเลือกใช้

ข้อเสนอแนะ :

ผู้ปฏิบัติงานด้านการออกแบบที่เพิ่งมีการศึกษาจะไม่สามารถจดจำทฤษฎีที่เกี่ยวข้องได้ทั้งหมดโดยเฉพาะทฤษฎีสี ที่ต้องมีการศึกษามาแต่ต้นพร้อมกับลงมือปฏิบัติ จึงแนะนำให้ผู้ปฏิบัติงานใหม่มีการสืบค้นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานออกแบบไปพร้อมๆ กับการลงมือปฏิบัติจริง จึงจะทำให้สามารถจดจำทฤษฎีการออกแบบได้

๒. การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทป้ายไวเนล

สื่อสิ่งพิมพ์ คือ สื่อที่มีกระบวนการผลิตเป็นชิ้นงานออกมาหลังจากขั้นตอนการออกแบบแล้วเสร็จ เป็นสื่อที่มีการจับต้องได้เป็นวัตถุ ยกตัวอย่างเช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ นามบัตร ป้ายไวเนล หนังสือ นิตยสาร ฉลาก โล่ แก้วน้ำ ของที่ระลึกต่างๆ ฯลฯ ซึ่งในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์นั้น จะมีวัสดุที่สำคัญใช้ผลิตงานออกแบบนั้นเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ในขั้นตอนการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์แต่ละประเภทก็จะมี ความแตกต่างกันเพราะมีกระบวนการผลิตและการใช้วัสดุที่ต่างกัน ดังนั้นก่อนที่ผู้ปฏิบัติงานจะเริ่มการออกแบบสื่อ จึงควรทราบว่าจะต้องผลิตสื่อเป็นสื่อประเภทอะไรบ้าง มีการนำไปใช้งานอย่างไรเพื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อให้มีกระบวนการออกแบบที่ถูกต้องสอดคล้องกับวิธีการผลิตสื่อชิ้นๆ และไม่เกิดข้อผิดพลาดระหว่างการผลิตขึ้น



ภาพประกอบที่ ๗๐ ตัวอย่างภาพสื่อสิ่งพิมพ์หลากหลายประเภท

ป้ายไวเนล (Vynyl) คือ สื่อสิ่งพิมพ์ที่มีกระบวนการผลิตในโรงพิมพ์ ด้วยการพิมพ์ระบบอิงค์เจ็ท(Inkjet) ลงบนวัสดุที่เป็นไวเนล (Vynyl) และมีการติดตั้งตามจุดติดตั้งต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์งานหรือกิจกรรม โดยป้ายไวเนลนั้นสามารถผลิตได้หลายขนาดตามข้อจำกัดของเครื่องพิมพ์ในโรงพิมพ์แต่ละแห่ง ซึ่งก่อนที่ผู้ปฏิบัติงานจะลงมือปฏิบัติงานออกแบบควรทราบข้อมูลของวัสดุไวเนลและกระบวนการพิมพ์ก่อนจึงจะทำให้สามารถผลิตสื่อที่มีคุณภาพได้

๒.๑ วัสดุไวนิล (Vinyl)

ไวนิล คือ พลาสติกชนิดพิเศษที่มีส่วนผสมระหว่างพลาสติกคุณภาพสูงรวมกับสารเพิ่มประสิทธิภาพต่างๆ เช่น สารเพิ่มความทนทานต่อแสงแดด สารเพิ่มความแข็งแรงทนทานต่อแรงกระแทก สารเพิ่มความทนทานต่อสภาวะอากาศ และสารเพิ่มความทนทานความร้อน ไวนิลนอกจากจะทนทานต่อแสงแดดรังสียูวี และสภาวะอากาศที่เปลี่ยนแปลงแล้วยัง เป็นวัสดุที่ไม่มีปัญหาเรื่องปลวกหรือแมลงกัดเจาะ การฟูร้อนหรือบิดงอ การเกิดสนิม การรั่วซึมของน้ำฝน ไม่ติดไฟ และยังช่วยลดการสิ้นเปลืองพลังงานอีกด้วย จึงนิยมนำมาใช้ผลิตอุปกรณ์ใช้งานกลางแจ้ง รวมถึงป้ายโฆษณาต่างๆ ปัจจุบันวัสดุไวนิลกำลังเป็นที่นิยมอย่างมากในการนำมาผลิตป้ายโฆษณาป้ายประกาศ และป้ายต่างๆ เนื่องจากมีความทนทานต่อทุกสภาวะ และที่สำคัญราคาไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับป้ายวัสดุประเภทอื่นๆ ทุกวันนี้หากสังเกตุดูดเส้นทางการจราจรมักพบเห็นป้ายไวนิลที่ใช้ในการโฆษณาสินค้า หรือประกาศต่างๆ ป้ายไวนิลนั้นแบ่งเป็น ๒ ประเภทใหญ่ๆ คือ

๒.๒.๑ ไวนิลทึบแสง คือ ไวนิลที่มีการเคลือบสารเคมีที่ด้านหลังเมื่อพิมพ์อิงค์เจ็ท แล้วส่องไฟจะมองไม่เห็นทะลุ แบ่งตามการใช้งานได้ดังนี้

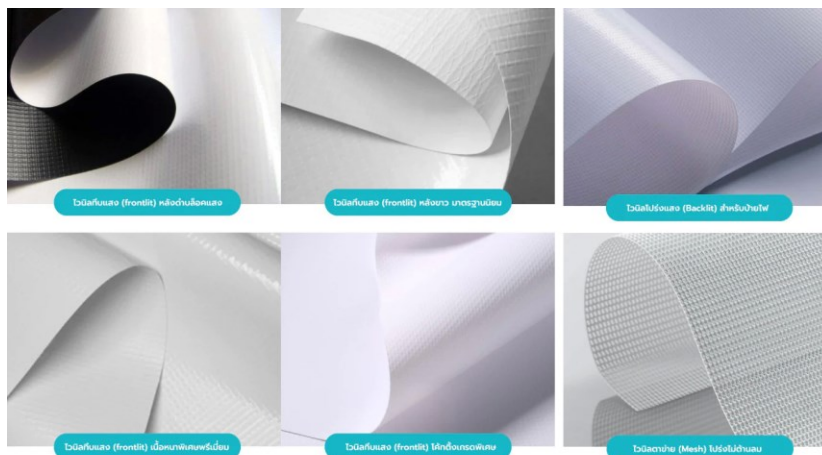
ป้ายไวนิลแบบหลังขาว เหมาะกับงานพิมพ์อิงค์เจ็ททั่วไป

ป้ายไวนิลแบบหลังเทา/ดำ เหมาะกับงานที่เป็นป้ายแขวนที่ประกอบ ๒ หน้า จะช่วยลดการทับซ้อนของภาพเมื่อมีแสงแดดส่องผ่านป้ายไวนิล แบบพิมพ์ได้ ๒ หน้า ไวนิลประเภทนี้เหมาะกับเครื่องพิมพ์ UV Flatbed ซึ่งเป็นระบบเครื่องพิมพ์แบบแผ่น สามารถพิมพ์ได้ ๒ หน้าได้อย่างแม่นยำ

๒.๒.๑ ไวนิลโปร่งแสง (backlit) คือ ไวนิลที่มีการเคลือบสารเคมีที่ด้านหลังบางกว่าแบบทึบแสง ซึ่งแสงสามารถส่องทะลุได้ แบ่งเป็น ๒ ประเภท

ป้ายไวนิลแบบโปร่งแสง คือไวนิลที่สามารถให้แสงผ่านได้ จึงนิยมใช้สำหรับทำกล่องไฟ ที่เราเห็นตามป้ายด้านนอกของร้านค้า เราสามารถ Inkjet โดยใช้ Profile Backlit เนื่องจากเราต้องส่องไฟจากด้านหลังจึงต้องใช้การพิมพ์ที่ให้หมึกหนาแน่นกว่าเป็นพิเศษเพื่อเวลาส่องไฟแล้วสีไม่เพี้ยน ไวนิลโปร่งแสงสามารถนำมาใช้พิมพ์อิงค์เจ็ทลงโดยตรง ๆ หรืออาจจะใช้เป็นเทคนิคติดสติ๊กเกอร์โปร่งแสงทับหน้าลงไปได้เช่นกัน แล้วแต่ลักษณะงานที่ต้องการ

ป้ายไวนิลแบบตาข่าย คือไวนิลที่สามารถลดแรงปะทะของลมได้ดีดีกว่าแบบโปร่งแสงทั่วไป สามารถใช้ซึ่งตามอาคารสูงได้หรือกล่องไฟที่อยู่บนอาคารสูง จะมีระยะห่างของตาข่ายแตกต่างกันไปสามารถเลือกใช้ได้ตามความเหมาะสม



ภาพประกอบที่ ๗๑ ตัวอย่างภาพไวนิลชนิดต่างๆ

(แหล่งที่มา: <https://www.octopus.co.th/blogs/how-to/vinyl-banner-type>)

๒.๒ การพิมพ์ระบบอิงค์เจ็ท (Inkjet)

ระบบการพิมพ์แบบอิงค์เจ็ท จะใช้เครื่องพิมพ์แบบพ่นหมึก โดยหลักการทำงานหลักก็คือ ตัวหัวพิมพ์จะพ่นหมึกออกมาเป็นหยดเล็ก ๆ ลงบนวัสดุและพ่นสีหมึกตามรูปแบบของไฟล์งานที่ได้สั่งพิมพ์ไป ข้อดีของ Inkjet ก็คือ ทำให้ภาพออกมาชัดเจน สามารถพิมพ์ได้ทั้งงานขนาดเล็กและงานขนาดใหญ่ ความทนทานสูง สามารถทนแดด ทนฝนได้ นอกจากนี้ การพิมพ์ด้วยระบบอิงค์เจ็ทยังสามารถใช้งานร่วมกับงานพิมพ์ หรือสื่อโฆษณาแบบนอกอาคาร (Outdoor) ได้ด้วย จากจุดเด่นที่ทนทานต่อสภาพอากาศนี้เอง แต่ถ้าเป็นงานขนาดใหญ่ความคมชัดและความละเอียดอาจจะลดลงตามขนาดที่ใหญ่ขึ้นเล็กน้อย ซึ่งในการระบบการพิมพ์แบบอิงค์เจ็ทมีกระบวนการทำงานที่ผู้ปฏิบัติงานควรทราบดังนี้

๒.๒.๑ อิงค์เจ็ทเป็นเครื่องพิมพ์แบบระบบหมึกพ่น มีสีหลัก ๔ สี คือ แดง (Magenta) เหลือง (Yellow) น้ำเงิน (Cyan) และดำ (Black) เครื่องพิมพ์บางรุ่น เช่น Hewlett Packard อาจเพิ่มสีฟ้า (Light Cyan) และชมพู (Light Magenta) เพื่อทำให้การพิมพ์ภาพละเอียดและมีมิติมากขึ้น

๒.๒.๒ เครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ทถูกสั่งงานโดยเครื่องคอมพิวเตอร์ ลักษณะเดียวกับเครื่องปริ้นเตอร์อิงค์เจ็ทในบ้านหรือสำนักงาน ดังนั้นงานอิงค์เจ็ทจึงไม่ต้องมีการทำเพลทเหมือนระบบซิลค์สกรีน (Silkscreen) และระบบออฟเซ็ท (Offsets)

๒.๒.๓ ถึงแม้ว่าเครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ทจะทำงานแบบเดียวกับเครื่องปริ้นเตอร์ในบ้าน แต่เนื่องจากงานพิมพ์ภาพขนาดใหญ่จำเป็นต้องใช้ Software เฉพาะด้านเพื่อให้ภาพยังคงรักษาคุณภาพและความละเอียดไว้ได้ ดังนั้นไฟล์งานสำหรับใช้กับเครื่องอิงค์เจ็ทจึงมีข้อจำกัดไฟล์งานหลัก ๆ ที่สามารถใช้กับเครื่องอิงค์เจ็ทขนาดใหญ่ ได้แก่ ไฟล์ .ai , .eps , .psd , .pdf, jpg , .png , .tiff ฯลฯ ไฟล์งานของ Microsoft Office ทั้งหมดจะต้องถูกแปลงเป็นไฟล์เหล่านี้เสียก่อน

๒.๒.๔ รูปภาพ ใน Artwork ที่ส่งพิมพ์งานกราฟิกนั้นมีอยู่ ๒ แบบหลักคืองานวาดเส้นเติมสีด้วยตัวผู้ปฏิบัติงานเอง ส่วนใหญ่จะใช้ Software Illustrator งานเหล่านี้เรียกว่าไฟล์ Vector ส่วนอีกแบบหนึ่งคืองานภาพถ่าย (Pixellet Photo) หรือภาพอะไรก็ตามที่ได้มาจากการถ่ายรูป งานภาพพิมพ์ที่เห็นกันอยู่ในปัจจุบันก็มาจากไฟล์ ๒ ประเภทนี้ ไฟล์ Vector นั้นจะถูกขยาย ร้อยเท่าพันเท่าภาพก็ไม่แตก แต่ในทางตรงข้ามไฟล์ Photo จะถูกลดความละเอียดของภาพ ทุกครั้งที่เราขยายจากภาพต้นฉบับ ดังนั้นภาพแตกหรือไม่แตกจึงขึ้นอยู่กับปัจจัย ๒ อย่างคือ

๑) ภาพต้นฉบับที่ได้ถ่ายมามีขนาดใหญ่เท่าไร

๒) ภาพพิมพ์อิงค์เจ็ทที่ต้องการผลิตมีขนาดเท่าไร ยกตัวอย่างเช่น ภาพมาจากกล้องโทรศัพท์มือถือขนาด ๑ MB และต้องการขยายให้ได้ขนาดเท่าป้ายบิลบอร์ด (Billboard) ๒๐x๒๐ เมตร อย่างนี้คงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่ภาพจะแตก แต่ถ้าเอาภาพเดียวกันมาทำโปสเตอร์ขนาด ๖๐ x ๘๐ ซม. การแตกของภาพก็ยังมีอยู่แต่น้อยมากจนสายตาเรามองไม่เห็น

๒.๒.๕ เมื่อสีเป็นเรื่องสำคัญสำหรับงานของผู้ส่งผลิต เช่นสี Identity ของโลโก้ สี Identity ของผลิตภัณฑ์ แนะนำให้ผู้ปฏิบัติงานมีการตรวจสอบ(Print) สีก่อนสั่งงานพิมพ์ทุกครั้ง ถึงแม้จะมีการสั่งงานซ้ำ (Reprint) หลายครั้งแล้วก็ตาม เนื่องจากการพิมพ์อิงค์เจ็ทเป็นการพิมพ์ระบบหมึกพ่นผสมสี ซึ่งโอกาสที่สีจะผิดเพี้ยนมีมากกว่าระบบออฟเซ็ท (Offsets) และซิลค์สกรีน (Silkscreen) การสั่งงานให้พิมพ์โดยอ้างอิงจากสี Pantone โดยไม่มีการตรวจสอบสีจะทำให้

เกิดความเสียหายสู่ผู้ส่งงานผลิตและผู้พิมพ์เป็นอย่างมาก (การพิมพ์ระบบอิงค์เจ็ท, ๒๕๖๕, สืบค้นจาก <https://www.unionpresspackaging.com/content>)



ภาพประกอบที่ ๗๒ ตัวอย่างภาพการพิมพ์ระบบอิงค์เจ็ท

(แหล่งที่มา: <https://www.unionpresspackaging.com/content/๔๕๒๓>)

๒.๓ รูปแบบของป้ายไวเนล

ในการผลิตป้ายไวเนลมีรูปแบบที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบันนั้นมีหลากหลายรูปแบบดังนี้

๒.๓.๑.ป้ายบิลบอร์ด(Billboard) หรือป้ายขนาดใหญ่ คือ “สื่อโฆษณา กลางแจ้งขนาดใหญ่ที่นิยมติดตั้งบริเวณถนนสายหลัก ถนนมอเตอร์เวย์ ทางสรรพสินค้า ด้านหน้า บริษัท หรือบนอาคาร มีลักษณะเป็นป้ายสีเหลี่ยมผืนผ้า ตัวป้ายจะติดตั้งด้วยแผ่นไวเนล ส่วนใหญ่ โครงสร้างของป้ายบิลบอร์ดจะเป็นโครงเหล็กถักติดตั้งบนเสากลมขนาดใหญ่ ซึ่งจะมีทั้งแบบที่เป็น เสาเดี่ยวหรือเสาคู่ สามารถมองเห็นตัวป้ายแม้ในระยะไกล มีการทำต่อมหรือฐานรากที่แข็งแรง และเนื่องจากตัวป้ายมีขนาดใหญ่ ดังนั้นการก่อสร้างจะต้องมีการควบคุมโดยวิศวกร ทั้งงาน โครงสร้างและฐานราก ข้อแตกต่างของป้ายบิลบอร์ดกับป้ายประเภทอื่นก็คือส่วนมากเจ้าของป้าย จะผลิตป้ายเพื่อให้เช่า ดังนั้นถ้าต้องการทำสื่อประชาสัมพันธ์บนป้ายบิลบอร์ดต้องจ่ายค่าเช่ากับ เจ้าของป้ายก่อน แต่ปัจจุบันนี้เจ้าของสินค้าส่วนใหญ่จะนิยมทำป้ายบิลบอร์ดขึ้นเอง ซึ่งข้อดีก็คือ สามารถลดค่าใช้จ่ายสำหรับการเช่าป้าย และสามารถติดตั้งสื่อได้ตามระยะเวลาที่ต้องการ โดยไม่มี ข้อจำกัดเรื่องการหมดสัญญาเช่าด้วย” (Chanthakul, ป้ายบิลบอร์ดBillboard, สืบค้นจาก <http://www.at-ads.com/advertising/ billboard.html>)



ภาพประกอบที่ ๗๓ ตัวอย่างภาพป้ายบิลบอร์ด

๒.๓.๒ ป้ายฉากหลัง (Backdrop) หรือที่เรียกกันว่า “ป้ายแบคดรอป”

คือ ฉากที่มีไว้สำหรับตกแต่งในงานสำคัญต่าง ๆ เพื่อเป็นฉากหลังไว้สำหรับถ่ายรูป หรือฉากเวทีการแสดงกิจกรรมสำคัญ เป็นสื่อที่ช่วยทำให้เข้าใจว่างานนั้นเป็นงานเกี่ยวกับกิจกรรมอะไร ใครคือผู้จัด และป้ายแบคดรอป ยังสามารถเป็นอีกช่องทางในการโปรโมทสินค้าเพื่อให้นักจดจำแบรนด์ และ ตัว Backdrop (แบคดรอป) ยังสามารถสื่อสารถึงภาพลักษณ์ขององค์กรนั้นๆ ได้ พร้อมทั้งทำให้เป็นจุดสนใจในการถ่ายรูป ยกตัวอย่างเช่น การจัดกิจกรรมโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมเมื่อมีการบันทึกภาพ จะสามารถนำภาพไปใช้เผยแพร่กิจกรรมและสรุปการจัดกิจกรรมในภายหลังได้ หากไม่มีป้ายฉากเวทีเมื่อบันทึกภาพไปแล้วจะไม่ทราบว่าเป็นการจัดงานอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ เพราะมีการจัดงานในสถานที่เดียวกันบ่อยครั้ง



ภาพประกอบที่ ๗๔ ตัวอย่างภาพป้ายฉากหลัง

๒.๓.๓ ป้ายกองโจร (Street Cutout) คือ ป้ายโฆษณาชั่วคราวที่

ติดตามริมถนน ข้างทาง แหล่งชุมชน หรือพื้นที่ๆ มีคนสัญจรพลุกพล่าน มีขนาดมาตรฐานคือ ๑๒๐x๒๔๐ cm มีส่วนประกอบหลักคือ โครงไม้และไวนิล จุดประสงค์ของการทำป้ายกองโจร โดยทั่วไปแล้วคือการจัดโปรโมชันสินค้าหรือการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย หรือการจัดการบางอย่างขึ้น ซึ่งปัจจุบันมักจะมีป้ายประเภทนี้ทุกตรอกซอกซอย เพราะเป็นสื่อที่ถือว่าเข้าถึงลูกค้าได้เป็นอย่างดี และสามารถสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มเป้าหมายได้จำนวนมาก เช่น ป้ายหาเสียงเลือกตั้ง ป้ายโครงการหมู่บ้าน คอนโด การจัดงานแสดงสินค้า และการประชาสัมพันธ์ในเทศกาลงานประเพณีต่างๆ เป็นต้น ป้ายกองโจรมีลักษณะและวัตถุประสงค์การนำไปใช้งานคล้ายกับป้ายคัทเอาท์ แต่มีขนาดต่างกันเท่านั้น



ภาพประกอบที่ ๗๕ ตัวอย่างภาพป้ายกองโจร

๒.๓.๔ ป้ายธงญี่ปุ่น (J Flag) หรือป้ายไวโนลิตาตั้ง คือ “ป้ายที่มีลักษณะเป็นป้ายโฆษณาสี่เหลี่ยมผืนผ้าแนวตั้ง นิยมใช้ในการตกแต่งหรือโฆษณาประชาสัมพันธ์ใช้ได้ทุกโอกาส จุดเด่นของธงญี่ปุ่นคือ ธงญี่ปุ่น J Flag มีความสวยงามโดดเด่น สีสันสะดุดตา ใช้พื้นที่ในการติดตั้งน้อย พกพาสะดวก สามารถถอดประกอบได้ง่าย ประหยัดเวลา น้ำหนักเบา สามารถเคลื่อนย้ายติดตั้งได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ง่ายต่อการใช้งานและการทำความสะอาด ป้ายธงญี่ปุ่น มักใช้สำหรับการทำป้ายโฆษณา ป้ายประชาสัมพันธ์ จัดแสดงในงานต่างๆ อาทิ งานอีเว้นท์ จัดงานนิทรรศการ งานออกบูธ งานประชาสัมพันธ์สินค้า งานสัมมนา ใช้ได้ทั้งจัดงานอีเว้นท์ กิจกรรมภายในอาคาร Indoor และการจัดงานกลางแจ้งภายนอกอาคาร Outdoor ธงญี่ปุ่นจะมีฐานให้เลือกตามแต่ลักษณะการใช้งานแต่ละประเภท ถ้าเป็นงานภายในอาคาร เช่น จัดงานอีเว้นท์ ออกบูธ จัดนิทรรศการ ธงญี่ปุ่นขาตั้งโครงเหล็กก็สามารถตอบโจทย์ความต้องการได้ หากต้องการความทนทานสำหรับงานภายนอกเป็นพิเศษมักใช้เป็นรูปแบบฐานปูนเพราะมีความแข็งแรง ทนต่อลมไม่ล้มง่าย” (Roekwibunsi, ๒๐๑๘, สืบค้นจาก <https://www.octopus.co.th/blogs/product/j-flag>)



ภาพประกอบที่ ๗๖ ตัวอย่างภาพป้ายธงญี่ปุ่น

๒.๓.๕ ป้ายเอ็กซ์สแตนด (X Stand) หรือ X Banner เป็นป้ายที่มาพร้อมอุปกรณ์ขาตั้งรูปอักษรตัว “X” จึงถูกเรียกกง่าย ๆ ว่า ขาเอ็กซ์ที่ใช้สำหรับโฆษณาประชาสัมพันธ์ ใช้เป็นสื่อส่งเสริมการขาย ณ จุดขายและสำหรับแสดงภาพหรือโปรมชั่นสินค้าผลิตภัณฑ์ต่างๆ หรือใช้จัดงานนิทรรศการแสดงงาน งานออกบูธกิจกรรม งานประชาสัมพันธ์องค์กร ป้ายชนิดนี้มีราคาไม่สูงมากเป็นป้ายโฆษณาที่มีลักษณะเป็นป้ายขาตั้งโดยจะมีขาตั้งเป็นรูปตัว X แต่ขาตั้งแข็งแรงพอสมควรอีกทั้งยังประกอบได้ง่ายพร้อมกล่องใส่งานที่มีคุณภาพทำให้งานไม่เสียหาย ขนาดของเอ็กซ์สแตน (X stand) ที่นิยมใช้คือ ๖๐x๑๖๐ ซม. และ ๘๐x๑๘๐ ซม. ป้ายโฆษณาแบบขาตั้งเหมาะกับการจัดงานภายในอาคาร (Indoor) อาทิ งานจัดแสดงสินค้า งานออกบูธ อีเว้นท์ งานสัมมนา ราคาประหยัด ภาพชัด สีสวยสด วัสดุพับเก็บง่าย พร้อมกระเป๋าสะดวกในการพกพาไปจัดงานตามที่ต่างๆ ขาตั้งตัวก้านค้ำได้องศา ก้านขาเหล็กแข็งแรง แกนกลางถือคั่นแน่นคงทน คลิปจับงานได้เรียบร้อย เคลื่อนย้ายพกพาสะดวก น้ำหนักเบา จึงมักมีผู้นิยมใช้กันอย่างมาก



ภาพประกอบที่ ๗๗ ตัวอย่างภาพป้ายเอ็กซ์สแตนด

๒.๓.๔ ป้ายโรลอัพ (Roll up) คือ ป้ายที่ถูกเก็บอยู่ในเครื่องมือที่มีลักษณะคล้ายกลองโลหะและสามารถดึงขึ้นตั้งประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีรูปแบบที่สวยงามหรือเรียกว่ามีสไตล์ในตัว ที่ได้รับความนิยมแพร่หลาย เหมาะสำหรับการใช้งานประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดความสนใจจากกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากป้ายโรลอัพใช้งานง่าย พกพาสะดวกสบาย ราคาถูก กระทัดรัด น้ำหนักเบา นิยมใช้เป็นอุปกรณ์ในการออกบูธ งานมหกรรมแสดงนิทรรศการ งานแผนการต่างๆ การจัดกิจกรรมที่มีการให้ความรู้หรืออธิบายผลิตภัณฑ์ขององค์กร เพราะ ป้ายโรลอัพจะช่วยแสดงข้อมูลของสินค้า กิจกรรมที่จัดหรือโปรโมชั่นได้อย่างชัดเจน หลาย ๆ ธุรกิจ หรือแบรนด์ จะใช้ ป้ายโรลอัพในการประชาสัมพันธ์สินค้า และบริการ เนื่องจากโรลอัพเป็นอุปกรณ์ที่สามารถพับเก็บ ติดตั้ง และเคลื่อนย้ายได้สะดวก มีน้ำหนักเบา ใช้งานง่าย พกพาสะดวกเหมาะกับงาน Outdoor/Indoor การออกแบบโรลอัพที่ดี ช่วยให้ป้ายโรลอัพดูเด่น สะดุดตา โดยมากในท้องตลาดจะมีโรลอัพอยู่ ๒ ขนาด คือ ขนาด ๘๐ x ๒๐๐ cm และ ขนาด ๖๐ x ๑๖๐ cm เป็นขนาดมาตรฐานที่มีอุปกรณ์จำหน่ายอยู่แล้ว



ภาพประกอบที่ ๗๘ ตัวอย่างภาพป้ายโรลอัพ

๒.๓.๕ ป้ายไว้นิลทั่วไป คือ ป้ายที่มีการพิมพ์สำหรับติดได้ทั่วไปโดยไม่มีขนาดเฉพาะตายตัว สามารถออกแบบและผลิตตามขนาดของสถานที่ติดได้ตามความต้องการ โดยการผลิตป้ายรูปแบบนี้มักจะผลิตให้ป้ายพับขอบให้พอดีกับกรอบงาน พร้อมกับมีการเจาะรูตาไก่ตามมุมที่ต้องการร้อยเชือก เพื่อให้ซึ่งติดได้สะดวก อีกทั้งยังมีการใช้ป้ายไว้นิลรูปแบบนี้ไปป้ายชื่อองค์กร หรือประชาสัมพันธ์ข้อมูลบางอย่าง ในการเดินขบวนต่างๆ วัตถุประสงค์ของการใช้มักจะเป็นการติดตั้งระยะสั้นหรือใช้เป็นป้ายเฉพาะกิจเท่านั้น



ภาพประกอบที่ ๗๙ ตัวอย่างภาพป้ายไว้นิลทั่วไป

ปัญหา : ที่อาจเกิดจากการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทป้ายไว้นิล

๑. ป้ายไว้นิลประชาสัมพันธ์มีข้อความที่มากจนเกินไป ทำให้ผู้ที่พบเห็นเพิกเฉยหรือไม่เกิดความน่าสนใจและไม่อยากที่จะอ่านข้อความในป้ายประชาสัมพันธ์นั้น
๒. ป้ายไว้นิลประชาสัมพันธ์มีข้อความที่คลุมเครือไม่ชัดเจนว่าต้องการสื่อสารอะไร มีเป้าหมายอย่างไร หรือมีรายละเอียดของสิ่งที่ต้องการประชาสัมพันธ์ไม่ชัดเจน จะทำให้เกิดการให้ข้อมูลต่อกลุ่มเป้าหมายไม่ครบและไม่เกิดความสนใจต่อกิจกรรมที่ต้องการประชาสัมพันธ์
๓. ผู้ปฏิบัติงานออกแบบป้ายไว้นิลที่ดูรกเพราะต้องการใส่เนื้อหาและรูปภาพที่มากเกินไปจนทำให้งานไม่มีจุดน่าสนใจ ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้
- ๔ จุดติดตั้งป้ายไว้นิลหากติดในจุดที่ลึบสายตาหรือติดตามที่ที่ไม่ควรติดจะทำให้มองแล้วเกิดความรู้สึกรกรกตาจากผู้สัญจรไปมาได้ ทำให้ป้ายนั้นกลายเป็นสื่อที่ไม่น่าสนใจและไม่มีคุณภาพได้

แนวทางแก้ไขปัญหา :

๑. การออกแบบป้ายไว้นิลนั้นผู้ปฏิบัติงานไม่ควรใส่ข้อความทุกอย่างที่ต้องการประชาสัมพันธ์ลงในป้ายทั้งหมด ควรใส่ข้อความที่ตรงประเด็น กระชับและเข้าใจได้ทันทีว่าเป็นป้ายประชาสัมพันธ์กิจกรรมอะไร
๒. ผู้ปฏิบัติงานควรวิเคราะห์ข้อมูลที่ต้องใช้ในป้ายไว้นิลประชาสัมพันธ์มาเป็นอย่างดีตามขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลตั้งที่กล่าวไว้ข้างต้น ไม่ควรออกแบบงานโดยไม่มีการวิเคราะห์ก่อนและต้องนำเสนอต่อผู้บังคับบัญชาหรือทีมงานที่เกี่ยวข้องก่อน เพราะจะทำให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนถูกต้องที่สุดก่อนการออกแบบ

๓. การออกแบบป้ายไวเนลที่มีข้อมูลตัวอักษรและข้อมูลภาพที่มากเกินไปจนทำให้งานออกแบบดูรก ไม่น่าอ่านและสร้างความรำคาญให้ผู้พบเห็นได้ ให้ความรู้สึกขัดตาจนกลายเป็นสื่อไม่มีคุณภาพ ผู้ปฏิบัติงานควรเลือกใช้ภาพที่สื่อความหมายถึงสิ่งที่ต้องการประชาสัมพันธ์มากที่สุดและเลือกใช้ภาพที่มีความสวยงามภาพมีความละเอียดเหมาะสมกับขนาดของป้ายไวเนล พร้อมกับใช้ชุดข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์มาเรียบร้อยแล้วจะทำให้ปฏิบัติงานออกแบบง่ายขึ้นอีกด้วย

๔. ผู้ปฏิบัติงานควรเลือกประชาสัมพันธ์ในจุดติดตั้งป้ายไวเนลที่มีขององค์กรเพราะเป็นจุดที่เคยมีการประชาสัมพันธ์ไปแล้วทำให้กลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไปรับทราบแล้วว่าเมื่อมีการจัดกิจกรรมใดใดขึ้นก็จะมีมีการประชาสัมพันธ์ที่จุดติดตั้งนี้ อีกทั้งยังมีโครงให้ติดตั้งป้ายทำให้ดูเรียบร้อยสะอาดตาน่ามองแก่ผู้พบเห็น

ข้อเสนอแนะ :

การออกแบบป้ายไวเนลที่ดีนั้นควรคำนึงถึงรูปแบบและสีสันทักกลมกลืน การจัดองค์ประกอบที่น่าสนใจ ดูแล้วสบายตาและมีจุดเด่นเพื่อเรียกร้องความสนใจ ผู้ปฏิบัติงานควรออกแบบงานให้มีเอกลักษณ์ขององค์กรเพื่อให้เกิดการจดจำ นอกจากนี้เนื้อหาที่ใช้แสดงบนป้ายไม่ควรมากเกินไป แต่ให้เห็นแล้วเข้าใจได้ง่ายในเวลาอันรวดเร็ว

๓.กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้องในงานออกแบบ

ในการออกแบบงานสิ่งหนึ่งที่ผู้ปฏิบัติงานควรคำนึงถึงคือการละเมิดลิขสิทธิ์ผลงานของผู้อื่น เช่น ตัวอักษร(Font) ไฟล์ภาพถ่าย หรืองานออกแบบต่างๆ ที่มีผู้สร้างสรรค์ไว้แล้วบางผลงานผู้ปฏิบัติงานสามารถนำมาใช้ได้ บางผลงานต้องมีการให้เครดิตเจ้าของผลงาน บางผลงานไม่สามารถใช้เชิงพาณิชย์แต่สามารถใช้ในงานราชการที่ไม่มีผลกำไรได้ ผู้ปฏิบัติจึงควรศึกษากฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้องในงานออกแบบ เพื่อให้งานไม่เกิดปัญหาในภายหลัง

๓.๑ ทรัพย์สินทางปัญญาคืออะไร

ทรัพย์สินทางปัญญา หมายถึง ผลงานอันเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ ทรัพย์สินทางปัญญาเป็นทรัพย์สินอีกชนิดหนึ่ง นอกเหนือจากสังหาริมทรัพย์ คือ ทรัพย์สินที่สามารถเคลื่อนย้ายได้ เช่น นาฬิกา รถยนต์ โຕะ เป็นต้น และอสังหาริมทรัพย์ คือ ทรัพย์สินที่ไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้ เช่น บ้าน ที่ดิน เป็นต้น

ประเภทของทรัพย์สินทางปัญญา โดยทั่วไป คนไทยส่วนมากจะคุ้นเคยกับคำว่า “ลิขสิทธิ์” ซึ่งใช้เรียก ทรัพย์สินทางปัญญาทุกประเภท โดยที่ถูกต้องแล้วทรัพย์สินทางปัญญา แบ่งออกเป็น ๒ ประเภท ที่เรียกว่า ทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม (Industrial property) และลิขสิทธิ์ (Copyright) ทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม ไม่ใช่สังหาริมทรัพย์และอสังหาริมทรัพย์ที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทางอุตสาหกรรม แท้ที่จริงแล้วทรัพย์สินทางอุตสาหกรรมนี้เป็นความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ที่เกี่ยวกับสินค้าอุตสาหกรรม

๓.๒ ความหมายของทรัพย์สินทางปัญญาแต่ละประเภท

๓.๒.๑. สิทธิบัตร

สิทธิบัตร (Patent) เป็นการคุ้มครองการประดิษฐ์คิดค้นหรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่มีลักษณะ ตามที่กำหนดใน กฎหมาย กฎกระทรวง และระเบียบว่าด้วยสิทธิบัตร พ.ศ.

๒๕๒๒ ซึ่งหากต้องการขอรับความคุ้มครองจะต้องยื่นคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร พร้อมชำระค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ได้ที่ส่วนบริหารงานจดทะเบียน สำนักสิทธิบัตร กรมทรัพย์สินทางปัญญา โทร. ๐-๒๕๕๗-๕๖๓๗ หรือ สำนักงาน พาณิชยจังหวัดทุกแห่ง ความหมายสิทธิบัตร หมายถึง หนังสือสำคัญที่รัฐออกให้เพื่อคุ้มครองการประดิษฐ์คิดค้นหรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะตามที่กำหนดในกฎหมาย กฎกระทรวง และระเบียบว่าด้วยสิทธิบัตร พ.ศ. ๒๕๒๒ เป็นทรัพย์สินทางปัญญาประเภทหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการประดิษฐ์คิดค้นหรือการออกแบบ เพื่อให้ได้สิ่งของ เครื่องใช้ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆที่ผู้ปฏิบัติงานใช้กันอยู่ในชีวิตประจำวัน เช่น การประดิษฐ์รถยนต์ ทวี คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ หรือการออกแบบขวดบรรจุ น้ำดื่ม ขวดบรรจุ น้ำอัดลม ลวดลายบนจานข้าว ถ้วยกาแฟ ไม่ให้เหมือนของ คนอื่น เป็นต้น สิทธิบัตร คือสิทธิพิเศษที่ให้ผู้ประดิษฐ์คิดค้นหรือผู้ปฏิบัติงานผลิตภัณฑ์มีสิทธิที่จะผลิตสินค้า จำหน่ายสินค้าแต่เพียงผู้เดียวในช่วงระยะเวลาหนึ่ง สิทธิบัตรแบ่งออกเป็น ๒ ประเภท ได้แก่

๑. สิทธิบัตร แบ่งออกเป็น ๒ ประเภท คือสิทธิบัตรการประดิษฐ์และสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์

- **การประดิษฐ์** หมายถึง การคิดค้นเกี่ยวกับกลไก โครงสร้าง ส่วนประกอบ ของสิ่งของเครื่องใช้ เช่น กลไกของกล้องถ่ายรูป เครื่องยนต์ ยารักษาโรค เป็นต้น หรือ การคิดค้นกรรมวิธีในการผลิตสิ่งของ เช่น วิธีการในการผลิตสินค้า วิธีการในการเก็บรักษาพืชผัก ผลไม้ไม่ให้เน่าเสียเร็วเกินไป เป็นต้น

- **การออกแบบผลิตภัณฑ์** หมายถึง การออกแบบรูปร่าง ลวดลาย หรือ สี สัน ที่มองเห็นได้จากภายนอก เช่น การออกแบบแก้วน้ำ ให้มีรูปร่างเหมือนรองเท้า เป็นต้น

๒. อนุสิทธิบัตร (Petty patent) เป็นการให้ความคุ้มครองสิ่งประดิษฐ์คิดค้น เช่นเดียวกับสิทธิบัตรการประดิษฐ์ แต่แตกต่างกันตรงที่การประดิษฐ์ที่จะขอรับอนุสิทธิบัตรเป็นการประดิษฐ์ที่มีเป็นการปรับปรุงเพียงเล็กน้อย และมีประโยชน์ใช้สอยมากขึ้น

๓.๒.๒. เงื่อนไขในการขอรับสิทธิบัตรการประดิษฐ์/อนุสิทธิบัตร

การประดิษฐ์ที่ขอรับสิทธิบัตรได้ กฎหมายกำหนดว่า จะต้องมีความสมบูรณ์ครบทั้ง ๓ อย่าง ดังต่อไปนี้

๑) เป็นสิ่งประดิษฐ์ใหม่ คือ ยังไม่เคยมีจำหน่ายหรือขายมาก่อน หรือยังไม่เคยเปิดเผยรายละเอียดของสิ่งประดิษฐ์ในเอกสารสิ่งพิมพ์ใดๆ ในทีวี หรือในวิทยุ มาก่อน

๒) มีขั้นการประดิษฐ์ที่สูงขึ้น คือ ไม่เป็นสิ่งการประดิษฐ์ที่สามารถทำได้ง่าย โดยผู้มีความรู้ในระดับธรรมดา หรืออาจพูดได้ว่า มีการแก้ไขปัญหาทางเทคนิคของสิ่งประดิษฐ์ที่มีมาก่อน

๓) สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการผลิตทางอุตสาหกรรม หัตถกรรม เกษตรกรรม และพาณิชยกรรมได้

๓.๒.๓. การประดิษฐ์ที่ขอรับอนุสิทธิบัตร

ได้กฎหมายกำหนดว่า จะต้องมีความสมบูรณ์ครบทั้ง ๒ อย่างดังต่อไปนี้

๑) เป็นสิ่งประดิษฐ์ใหม่ คือ ยังไม่เคยมีจำหน่ายหรือขายมาก่อน หรือยังไม่เคยเปิดเผยรายละเอียดของสิ่งประดิษฐ์ในเอกสารสิ่งพิมพ์ใดๆ ในทีวี หรือวิทยุ มาก่อน

๒) สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการผลิตทางอุตสาหกรรม หัตถกรรม เกษตรกรรม และ พาณิชยกรรมได้

๓.๒.๔. การประดิษฐ์ที่ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรไม่ได้

- ๑) จุลชีพและส่วนประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งของจุลชีพที่มีอยู่ตามธรรมชาติ สัตว์ พืช หรือสารสกัดจากสัตว์หรือพืช เช่น แบคทีเรียที่มีอยู่ตามธรรมชาติ พืชสมุนไพร ยารักษาโรคที่สกัดจากสมุนไพร เป็นต้น
- ๒) กฎเกณฑ์และทฤษฎีทางวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ เช่น สูตรคูณ เป็นต้น
- ๓) ระบบข้อมูลสำหรับการทำงานของเครื่องคอมพิวเตอร์ เช่น โปรแกรมคอมพิวเตอร์ เป็นต้น
- ๔) วิธีการวินิจฉัย บำบัด หรือรักษาโรคมनुษย์ หรือสัตว์
- ๕) การประดิษฐ์ ที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดี อนามัย หรือสวัสดิภาพของประชาชน เช่น การคิดสูตรยาบ้า เป็นต้น

๓.๒.๕. เงื่อนไขในการขอรับสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ขอรับสิทธิบัตรได้ กฎหมายกำหนดว่า จะต้องมีความสมบูรณ์ครบทั้ง ๒ อย่างดังต่อไปนี้

- ๑) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่เคยมีหรือขายมาก่อน หรือยังไม่เคยเปิดเผยในเอกสารสิ่งพิมพ์ใดๆ ในทีวี หรือในวิทยุมาก่อน
- ๒) สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการผลิตทางอุตสาหกรรม หรือหัตถกรรมได้

๓.๒.๖. การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ขอรับสิทธิบัตรไม่ได้

แบบผลิตภัณฑ์ที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดี ของประชาชน

๓.๓. ลิขสิทธิ์ทางผลงานและสัญญาอนุญาตแบบเปิด(Creative Commons)

สำหรับนักออกแบบกราฟิกหรือผู้ปฏิบัติงานออกแบบ ลิขสิทธิ์ทางผลงานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องมากที่สุดเพราะเป็นข้อกฎหมายที่ผู้ปฏิบัติงานต้องคำนึงถึงในระหว่างปฏิบัติงาน บางผลงานผู้ปฏิบัติงานสามารถนำมาใช้งานได้ภายใต้กฎข้อบังคับที่ใช้ร่วมกัน จะทำให้ผลงานที่ได้ลงมือปฏิบัติไปนั้นไม่ได้ละเมิดลิขสิทธิ์ผลงานของผู้อื่นและส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กร “ผลงานทั้งหมดที่ถูกผลิตขึ้นมาล้วนแต่มีการคุ้มครองลิขสิทธิ์ให้กับเจ้าของผลงาน หรือที่เราเรียกว่า Copyright (สัญลักษณ์อักษรซีในวงกลม ©) ซึ่งเจ้าของผลงานแต่เพียงผู้เดียวเท่านั้นที่สามารถทำอะไรก็ได้กับงานตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นการทำสำเนา ดัดแปลง แจกจ่าย หากผู้อื่นจะนำผลงานนั้นไปใช้ก็ต้องมีการขออนุญาตจากเจ้าของก่อน ตรงนี้เองทำให้เกิดข้อจำกัดในการนำทรัพยากรมาใช้ประโยชน์ร่วมกัน จึงได้เกิดแนวคิดที่เรียกว่า Creative Commons” (ดวงพร วิริยา, ๒๐๒๐, สืบค้นจาก <https://creativetalkconference.com/creative-commons-license/>)



ภาพประกอบที่ ๘๐ ตัวอย่างภาพสัญลักษณ์ Creative Commons
(แหล่งที่มา: <https://creativetalkconference.com/creative-commons-license/>)

Creative Commons หรือ สัญญาอนุญาตแบบเปิด เป็นลิขสิทธิ์ประเภทหนึ่งที่เปิดโอกาสให้สาธารณะได้ทำผลงานนั้นไปใช้ได้โดยไม่ต้องขออนุญาต ไม่เป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ แต่ผู้ที่นำผลงานไปใช้จะต้องทำตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้บนผลงาน ผ่าน ๔ สัญลักษณ์ที่แทนแต่ละเงื่อนไข ผู้ปฏิบัติงานอาจเคยเห็นผ่านตาเพียงแต่ไม่รู้ว่สัญลักษณ์แต่ละอย่างนั้นหมายถึงอะไร ซึ่งมีรูปแบบสัญลักษณ์และความหมายดังนี้



๓.๓.๑. Attribution (BY)

สัญลักษณ์ที่แสดงว่า อนุญาตให้ผู้อื่นสามารถนำผลงานไปใช้ ทำซ้ำ แจกจ่าย หรือดัดแปลงงานนั้นได้ แต่ต้องให้เครดิตที่มาของเจ้าของผลงานนั้น ซึ่งถ้าเขาอยากจะใช้ผลงานนั้นโดยไม่มีเครดิตชื่อเจ้าของผลงานกำกับ จะต้องทำการขออนุญาตเจ้าของผลงานก่อน



๓.๓.๒. NonCommercial (NC)

สัญลักษณ์ที่แสดงว่า อนุญาตให้ผู้อื่นสามารถนำผลงานไปใช้ ทำซ้ำ แจกจ่าย หรือดัดแปลงงานนั้นได้ แต่ต้องไม่ใช่เพื่อการค้า เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากเจ้าของผลงานก่อน



๓.๓.๓. NoDerivatives (ND)

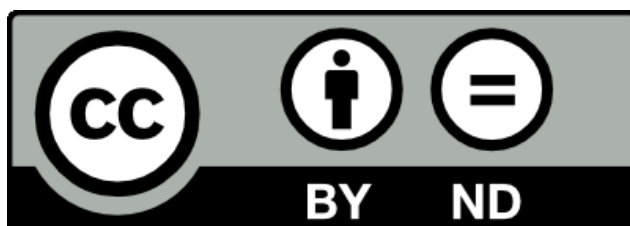
สัญลักษณ์ที่แสดงว่า อนุญาตให้ผู้อื่นสามารถนำผลงานไปใช้ ทำซ้ำ แจกจ่าย ผลงานชิ้นนั้นได้ แต่ห้ามดัดแปลงงาน เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากเจ้าของผลงานก่อน



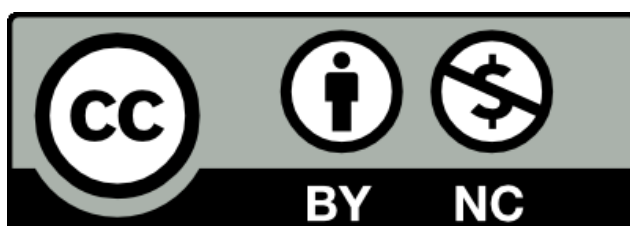
๓.๓.๔. ShareAlike (SA)

สัญลักษณ์ที่แสดงว่า อนุญาตให้ผู้อื่นสามารถนำผลงานไปใช้ ทำซ้ำ แจกจ่าย หรือดัดแปลงงานนั้นได้ แต่ผลงานที่ดัดแปลงนั้นจะต้องกำกับด้วยสัญญาอนุญาตเงื่อนไขเดียวกันกับต้นฉบับ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากเจ้าของผลงานก่อน

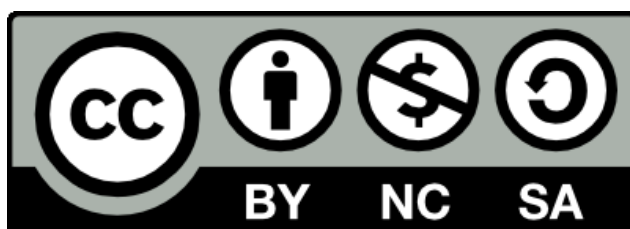
ตัวอย่าง Creative Commons License และการนำไปใช้งาน



หมายถึง อนุญาตให้นำผลงานไปใช้ ทำซ้ำ แจกจ่าย โดยต้องระบุที่มา และห้ามดัดแปลง



หมายถึง อนุญาตให้นำผลงานไปใช้ ทำซ้ำ แจกจ่าย หรือดัดแปลงงานนั้นได้ โดยต้องระบุที่มาและต้องไม่ใช่เพื่อการค้า



หมายถึง อนุญาตให้นำผลงานไปใช้ ทำซ้ำ แจกจ่าย หรือดัดแปลงงานนั้นได้ โดยต้องระบุที่มา ห้ามใช้เพื่อการค้า และหากเป็นงานที่ดัดแปลงจะต้องใช้สัญญาอนุญาตเดียวกันกับต้นฉบับ

ดังนั้นก่อนที่ผู้ปฏิบัติงานจะนำผลงานไปใช้ควรมีการตรวจสอบเรื่องลิขสิทธิ์ในผลงานก่อน ถึงแม้ว่าจะเป็น Creative Commons ก็ตามแต่ก็ยังคงมีเงื่อนไขบางอย่างที่ผู้นำผลงานไปใช้ต้องระวังและปฏิบัติตาม(ดวงพร วิริยา, ๒๐๒๐, สืบค้นจาก<https://creativetalkconference.com/creative-commons-license/>)



ภาพประกอบที่ ๘๑ ตัวอย่างภาพอินโฟกราฟิกอธิบาย Creative Commons ที่เข้าใจง่าย (แหล่งที่มา: <https://creativetalkconference.com/creative-commons-license/>)

๓.๔ ลิขสิทธิ์ภาพถ่าย

ลิขสิทธิ์ภาพถ่ายนั้นจะเป็นของเจ้าของผู้ถ่ายภาพ กฎหมายจะให้ความคุ้มครองทันที โดยที่ไม่ต้องจดทะเบียนใด ๆ แต่ถ้าอยากจดทะเบียนลิขสิทธิ์ สามารถไปที่กรมทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อป้องกันงานชิ้นนี้คุณเป็นผู้สร้างสรรค์ขึ้นมา ก่อน หลังจากที่เจ้าของผลงานลงมือสร้างสรรค์งานตั้งแต่คิดค้น ออกแบบ ประดิษฐ์จนกลายเป็นงานชิ้นหนึ่งที่เสร็จสมบูรณ์ และเจ้าของลิขสิทธิ์จะมีสิทธิ์แต่เพียงผู้เดียว ในการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน อีกทั้งกฎหมายจะคุ้มครองตลอดอายุของผู้สร้างสรรค์ผลงานและคงอยู่ต่อไปอีก ๕๐ ปี นับตั้งแต่ผู้สร้างสรรค์ถึงแก่ความตาย

๓.๕ Model Release

เป็นข้อกำหนดใหม่ที่มีการคุ้มครองผู้ที่ถูกถ่ายภาพหรือนำภาพเหมือนไปใช้ในงานออกแบบหรืองานถ่ายภาพที่ถูกเผยแพร่ หากมีการนำไปใช้ผู้ใช้ต้องมีการได้รับอนุญาตจากเจ้าของผู้เป็นแบบก่อนได้ใช้ Model Release ที่เป็นใบอนุญาตที่ตัวแบบลงลายมือชื่อในเอกสารเป็นการยืนยันว่า ในขณะที่ถ่ายภูมุนั้น ตัวแบบที่ปรากฏอยู่ในภูมุนั้น ยินยอมหรืออนุญาตให้ ช่างภาพสามารถใช้งานและ/หรือขายภูมุนั้นได้โดยไม่มีการเรียกค่าชดเชยใด ๆ ในภายหลัง

๔. จุดติดตั้งป้ายไว้นิลประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี

ราชมงคล้านนา

ภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล้านนา จะมีจุดติดตั้งป้ายขนาดใหญ่ที่มีโครงสร้างถาวรอยู่หลายจุด เมื่อมีการจัดกิจกรรมต่างๆ ขึ้นการประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายไว้นิลตามจุดต่างๆ ภายในมหาวิทยาลัยนั้นถือว่าเป็นมาตรฐานการประชาสัมพันธ์ขั้นพื้นฐาน เพื่อเป็นการสื่อสารองค์ให้บุคลากรและนักศึกษารวมถึงประชาชนทั่วไปได้รับทราบข่าวสารการจัดกิจกรรมนั้นๆ ขึ้น อีกทั้งยังเป็นการสร้างบรรยากาศร่วมภายในมหาวิทยาลัยเมื่อมีผู้พบเห็นป้ายประชาสัมพันธ์ ในการออกแบบป้ายไว้นิลประชาสัมพันธ์ สิ่งสำคัญที่สุดก่อนที่จะมีการเริ่มปฏิบัติงานนั้น ผู้ปฏิบัติงานต้องทราบถึงจุดติดตั้งป้ายประชาสัมพันธ์ เพราะจะทำให้ทราบขนาดและลักษณะพื้นที่ที่ติดตั้ง ซึ่งในการวิเคราะห์จุดติดตั้งป้ายก่อนที่จะลงมือปฏิบัติงานออกแบบจะมีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงดังนี้

๔.๑ ลักษณะของตำแหน่งที่ติดตั้ง

ลักษณะตำแหน่งที่ติดตั้งป้ายจะมีผลต่อกลุ่มเป้าหมายที่รับสื่อประชาสัมพันธ์ ในการปฏิบัติงานออกแบบก็จะต้องมีการเลือกชุดข้อความที่จะสื่อสารเพื่อให้ตรงกับกลุ่มผู้รับสาร ซึ่งมีด้วยกัน ๒ ลักษณะคือ

๔.๑.๑ ลักษณะตำแหน่งติดตั้งป้ายภายนอกมหาวิทยาลัย คือ ป้ายที่มีการติดตั้งไว้ภายนอกรั้วมหาวิทยาลัย เป็นป้ายที่มีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสาร กิจกรรม และความเคลื่อนไหวต่างๆ ของมหาวิทยาลัยให้ประชาชนทั่วไปได้ทราบเพราะผู้ที่สัญจรไปมา บริเวณที่ติดตั้งป้ายจะสามารถมองเห็นป้ายได้ทันที เมื่อมีการติดตั้งป้ายที่ตำแหน่งนี้จึงเป็นการสื่อสารกับบุคคลภายนอก การแสดงเอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัยจึงเป็นข้อมูลสำคัญอย่างหนึ่งที่ควรสื่อสารออกไปจากป้ายนี้

๔.๑.๒ ลักษณะตำแหน่งติดตั้งป้ายภายในรั้วมหาวิทยาลัย คือ ป้ายที่มีการติดตั้งไว้ภายในรั้วมหาวิทยาลัย เป็นป้ายที่มีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร กิจกรรม

และความเคลื่อนไหวต่างๆ สื่อสารองค์กรกับบุคลากร นักศึกษา และผู้มาเยี่ยมชมหรือใช้บริการที่มหาวิทยาลัย ในการออกแบบป้ายที่ติดตั้งในจุดนี้โดยมากจะเป็นการสร้างบรรยากาศควบคู่ไปกับการประชาสัมพันธ์และเชิญชวนในการเข้าร่วมกิจกรรมและการเตรียมพร้อมในการเป็นเจ้าภาพที่ดีร่วมกันทั้งบุคลากรและนักศึกษา

๔.๒ จุดติดตั้งป้ายของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนามีทั้งหมด ๖ เขตพื้นที่ ในแต่ละพื้นที่จะมีจุดติดตั้งป้ายและขนาดที่แตกต่างกันดังนี้

๔.๒.๑ พื้นที่ ลำปาง

- ๑). จุดติดตั้งป้ายไวเนล ขนาด ๔ x ๘ เมตร
- ๒). จุดติดตั้งป้ายไวเนล ขนาด ๒ x ๖ เมตร



จุดติดตั้งป้ายไวเนล ขนาด ๔ x ๘ เมตร

จุดติดตั้งป้ายไวเนล ขนาด ๒ x ๖ เมตร

ภาพประกอบที่ ๘๒ ภาพจุดติดตั้งป้ายไวเนลพื้นที่ ลำปาง

๔.๒.๒ พื้นที่ เชียงราย

- ๑). จุดติดตั้งป้ายไวเนล ขนาด ๕ x ๑๒ เมตร
- ๒). จุดติดตั้งป้ายไวเนล ขนาด ๕ x ๑๑ เมตร



จุดติดตั้งป้ายไวเนล ขนาด ๕ x ๑๒ เมตร

จุดติดตั้งป้ายไวเนล ขนาด ๕ x ๑๑ เมตร

ภาพประกอบที่ ๘๓ ภาพจุดติดตั้งป้ายไวเนลพื้นที่ เชียงราย

๔.๒.๓ พื้นที่ พิษณุโลก

- ๑). จุดติดตั้งป้ายไว้นิล ขนาด ๔ x ๘ เมตร
- ๒). จุดติดตั้งป้ายไว้นิล ขนาด ๒.๔ x ๔.๘ เมตร



จุดติดตั้งป้ายไว้นิล ขนาด ๔ x ๘ เมตร

จุดติดตั้งป้ายไว้นิล ขนาด ๒.๔ x ๔.๘ เมตร

ภาพประกอบที่ ๘๔ ภาพจุดติดตั้งป้ายไว้นิลพื้นที่ พิษณุโลก

๔.๒.๔ พื้นที่ น่าน (เป็นจุดติดตั้งป้ายใหญ่แต่สามารถแบ่งเป็น ๒ ป้าย)

- ๑). จุดติดตั้งป้ายไว้นิล ขนาด ๔ x ๘ เมตร
- ๒). จุดติดตั้งป้ายไว้นิล ขนาด ๔ x ๘ เมตร



จุดติดตั้งป้ายไว้นิล ขนาด ๔ x ๘ เมตร (๒ ป้าย)

ภาพประกอบที่ ๘๕ ภาพจุดติดตั้งป้ายไว้นิลพื้นที่ น่าน

๔.๒.๕ พื้นที่ ตาก

- ๑). จุดติดตั้งป้ายไวนิล ขนาด ๓ x ๑๒ เมตร
- ๒). จุดติดตั้งป้ายไวนิล ขนาด ๒.๗ x ๑๐ เมตร



จุดติดตั้งป้ายไวนิล ขนาด ๓ x ๑๒ เมตร จุดติดตั้งป้ายไวนิล ขนาด ๒.๗ x ๑๐ เมตร
ภาพประกอบที่ ๘๖ ภาพจุดติดตั้งป้ายไวนิลพื้นที่ ตาก

๔.๒.๕ พื้นที่ เชียงใหม่

- ๑). จุดติดตั้งป้ายไวนิลบริเวณด้านหน้า มทร.ล้านนา
ขนาด ๑๑.๓ x ๔ เมตร



ภาพประกอบที่ ๘๗ ภาพจุดติดตั้งป้ายไวนิลบริเวณด้านหน้า มทร.ล้านนา

๒). จุดติดตั้งป้ายไวณิลบริเวณทางเดินเข้าด้านหน้า มทร.ล้านนา
ขนาด ๑๔.๑๕ X ๒.๕๕ เมตร



ภาพประกอบที่ ๘๘ ภาพจุดติดตั้งป้ายไวณิลบริเวณทางเดินเข้าด้านหน้า มทร.ล้านนา

๓). จุดติดตั้งป้ายไวณิลบริเวณด้านข้างอาคารสำนักงานอธิการบดี
ขนาด ๑๐ X ๒.๕ เมตร



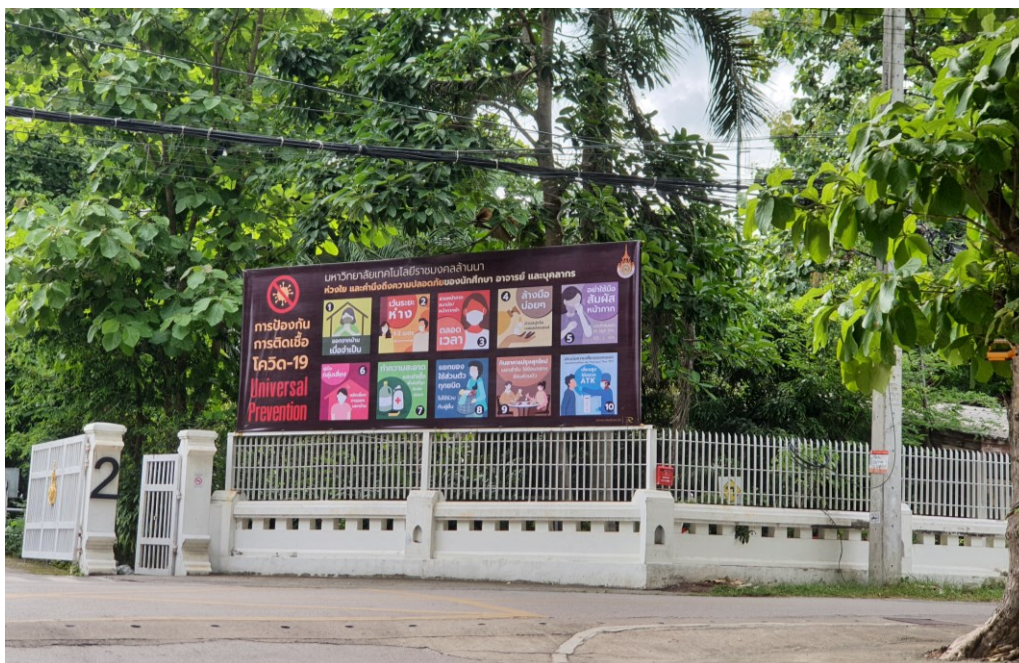
ภาพประกอบที่ ๘๙ ภาพจุดติดตั้งป้ายไวณิลบริเวณด้านข้างอาคารสำนักงานอธิการบดี

๔). จุดติดตั้งป้ายไว้นิลบริเวณทางเข้าประตูสาขาสถาปัตยกรรม
ขนาด ๔.๗ x ๒.๔ เมตร



ภาพประกอบที่ ๙๐ ภาพจุดติดตั้งป้ายไว้นิลบริเวณทางเข้าประตูสาขาสถาปัตยกรรม

๕). จุดติดตั้งป้ายไว้นิลบริเวณประตูข้างซอยพระนาง
ขนาด ๖.๕ x ๒.๕ เมตร



ภาพประกอบที่ ๙๑ ภาพจุดติดตั้งป้ายไว้นิลบริเวณประตูข้างซอยพระนาง

๖). จุดติดตั้งป้ายไว้นิลฉากหลังเวที ขนาดที่ใช้ตามลักษณะกิจกรรม

๑).ขนาด ๔.๘๘ x ๒.๔๔ เมตร

๒).ขนาด ๖.๑๐ x ๒.๔๔ เมตร

๓).ขนาด ๗.๓๒ x ๒.๔๔ เมตร



ภาพประกอบที่ ๙๒ ภาพจุดติดตั้งป้ายไว้นิลฉากหลังเวที

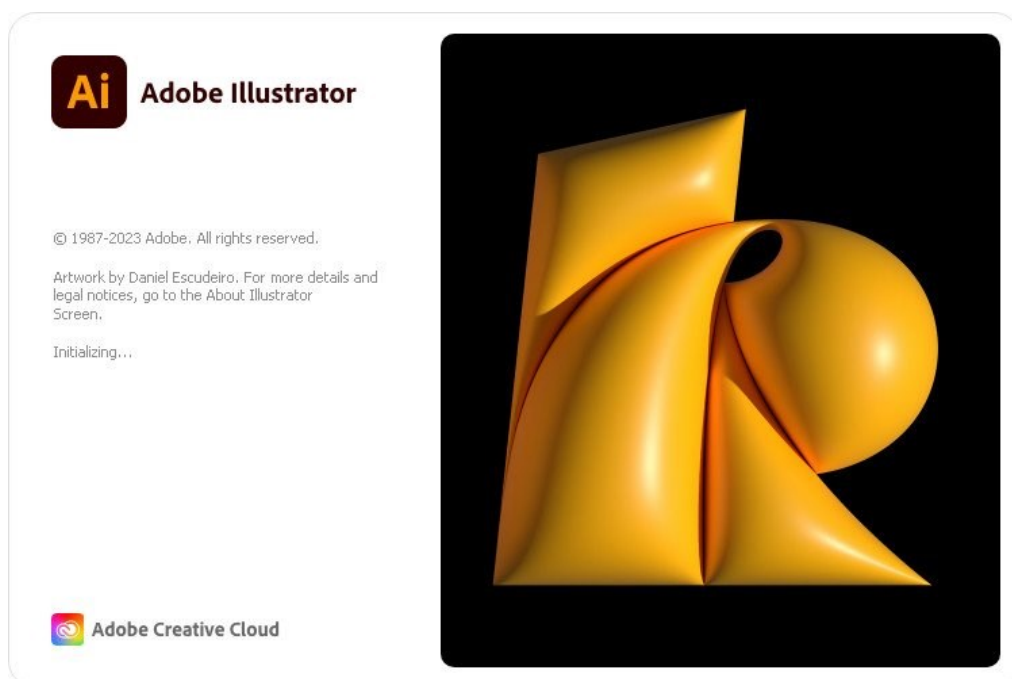
๕. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับโปรแกรม Adobe Illustrator

โปรแกรม Adobe Illustrator เป็นโปรแกรมกราฟิกที่นักออกแบบใช้เป็นเครื่องมือในการออกแบบสื่อต่างๆ ของตระกูล Adobe ที่เป็นมาตรฐานในการออกแบบระดับสากล สามารถสร้างสรรค์งาน โลโก้, สิ่งพิมพ์, บรรจุภัณฑ์ และยังออกแบบงานเพื่อใช้เป็นภาพประกอบในการทำงานอื่น ๆ เช่น การ์ตูน หรือ ภาพประกอบหนังสือ เป็นต้น “จุดเด่นที่สำคัญของโปรแกรมนี้ คือ มันเป็นโปรแกรมที่ใช้การออกแบบภาพเวกเตอร์ (Vector Graphic) เป็นภาพที่กำหนดพิกัด และการคำนวณค่าบนระนาบสองมิติ (๒D) ตามทฤษฎีเวกเตอร์ในทางคณิตศาสตร์ โดยข้อดีคือภาพที่วาดสามารถย่อขยายได้ โดยคุณภาพไม่เปลี่ยนแปลง แม้จะซูมให้ภาพใหญ่ขนาดไหน ก็ยังคงคุณภาพไว้เหมือนเดิม จะเรียกว่าทำภาพไว้แปะฝาบ้าน, ติดโฆษณาบนตึกใหญ่ ๆ หรือ ติดป้ายบนทางด่วนก็ยังคงเห็นได้ชัดเลยล่ะแต่ก็มี ข้อเสีย ตรงภาพจะไม่เหมือนภาพจริง เป็นได้เพียงภาพวาดหรือใกล้เคียงภาพถ่ายเท่านั้น ในกรณีนี้คือการวาดแบบปกตินะครับ แต่ถ้าใครรู้จักการใช้ เครื่องมือลงสีแบบตาข่าย (Mesh Tool) และใช้งานจนคล่องก็สามารถสร้างสรรค์ผลงาน ที่มีสีสันสวยงามเทียบเคียงของจริงแบบแยกไม่ออกได้เช่นกัน ส่วนนามสกุลที่โปรแกรมนี้ใช้จะเป็นรูปแบบ SVG, AI, EPS ฯลฯ ซึ่งไม่สามารถเปิดใช้งาน หรือ ดูได้ตามปกติ จำเป็นต้องใช้โปรแกรม Illustrator หรือ โปรแกรมฟรีอื่น ๆ อย่าง โปรแกรม Inkscape หรือ โปรแกรม GIMP ถึงจะสามารถเปิดดูและแก้ไขได้ แต่เครื่องมือที่โปรแกรมอื่นมี ก็จะไม่ครบครันเท่าโปรแกรมที่ต้องเสียค่าบริการ” (Nearikii, ๒๕๖๕, สืบค้นจาก <https://member.thaiware.com/?id=๑๙๖๑๒๓>)

การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นป้ายไว้นิลขนาดใหญ่เน้นไฟล์งานออกแบบที่ใช้สำหรับพิมพ์ก็ต้องเป็นไฟล์ที่มีคุณภาพคมชัดถึงแม้ว่าจะต้องพิมพ์ขนาดป้ายที่ใหญ่มากก็ตาม การเลือกใช้โปรแกรม Adobe Illustrator จึงทำให้ผู้ปฏิบัติงานได้งานออกแบบป้ายที่มีคุณภาพ ไม่ว่าจะย่อขนาดหรือขยายขนาดของงานป้ายก็ยังคงได้ไฟล์งานที่มีคุณภาพคมชัดเช่นเดิม เพราะเป็นไฟล์เวกเตอร์ (Vector) นั่นเอง สิ่งหนึ่งที่เราต้องทำความเข้าใจก่อนเริ่มต้นใช้งาน Illustrator คือ ประเภทของภาพกราฟิกที่ถุ่กนำมาใช้ โดยสามารถแยกออกเป็น ๒ กลุ่มหลัก ได้แก่ ภาพกราฟิกแบบบิตแมพ (Bitmap) และ ภาพกราฟิกแบบเวกเตอร์ (Vector) ซึ่งมีความแตกต่างกันดังนี้

๑). **ภาพชนิดบิตแมพ (Bitmap)** (หรือจะเรียกว่าแบบ Raster ก็ได้) เป็นภาพเกิดขึ้นจากการรวมตัวกันของจุดเม็ดสีที่เรียกว่า " พิกเซล-Pixel" จำนวนมากมารวมกันจนเกิดกลายเป็นภาพ ภาพชนิดนี้จะถูกพิทขนาดและความคมชัดมาตั้งแต่เริ่มสร้าง เมื่อทำการย่อ หรือขยายมากๆ หรือทั้งยืด-หดขนาด สลับกันบ่อยๆ ก็จะทำให้ภาพเกิดความผิดเพี้ยนไป เช่นทำให้เบลอ ภาพไม่คมชัดเหมือนต้นฉบับ(ภาพก่อนทำการแก้ไข) จุดสีเพี้ยน เป็นต้น เมื่อซูมภาพเข้าไปมากๆ ก็ จะเห็นจุดเม็ดสีชัดเจน และภาพก็จะเบลอมากๆ ภาพชนิดนี้ถูกสร้างขึ้นได้จากหลายโปรแกรม เช่น Adobe Photoshop, ๓D Max, Maya และโปรแกรมตระกูล Painting ทั้งหลาย และมีหลายสกุลด้วยกัน เช่น .BMP .PCX .TIF .JPG .GIF .MSP .PNG .PCT เป็นต้น

๒). **ภาพชนิดเวกเตอร์ (Vector)** เป็นภาพที่เกิดขึ้นจากการวาดเส้นพาร (Path) ให้เป็นเส้นต่างๆ อีสระจนกลายเป็นภาพ และถูกโปรแกรมเก็บรักษาไว้ให้อยู่ในสภาพเป็นค่าตัวเลข ซึ่งจะมีการคำนวณเพิ่มเติมทุกครั้งเมื่อมีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงภาพ ด้วยความเป็นภาพที่ถูกเก็บรักษาไว้ในรูปแบบค่าตัวเลข จึงทำให้ภาพประเภทเวกเตอร์เป็นภาพที่มีความคมชัดสูง ไม่ว่าจะย่อ – ขยาย ก็ครั้ง ภาพก็คงความคมชัดเหมือนเดิมไม่มีวันเปลี่ยนแปลง เมื่อซูมภาพเข้าไปมากๆ ความคมชัดของภาพไม่เปลี่ยนแปลง เนื่องจากเป็นภาพที่เกิดขึ้นโดยการร่างเส้นพาร ภาพชนิดนี้จึงถูกสร้างขึ้นจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์เป็นหลัก เช่นจากโปรแกรม Adobe Illustrator , CorelDraw โดยจะมีสกุลภาพเป็น .AI, .DRW, .CDR , .EPS หรือ .PS ก็ได้ นอกจากนี้ก็เป็นสกุลภาพ .WMF (เป็นภาพคลิปลาร์ตในโปรแกรม Microsoft Word) และภาพสกุล .DWG ที่มีอยู่โปรแกรมการออกแบบ AutoCAD เป็นต้น ภาพชนิดเวกเตอร์เหมาะสำหรับนำไปใช้กับงานที่ต้องการภาพขนาดใหญ่ หรือภาพที่ต้องถูกนำกลับมาย่อ/ขยายซ้ำๆ บ่อยๆ หรือความที่ต้องการความคมชัดของภาพ (เริ่ม ต้นใช้โปรแกรม Adobe Illustrator, สืบค้นจาก http://www.๑๖๘training.com/learning_new/illustratorCC/lesson๑/index.php)



ภาพประกอบที่ ๙๓ ภาพหน้าปกโปรแกรม Adobe Illustrator

(แหล่งที่มา: <https://www.google.com/search?q=adobe+illustrator๒๐๒๓&tbm>)

๕.๑ ประโยชน์ของโปรแกรม Adobe Illustrator

๕.๑.๑. การออกแบบสื่อออนไลน์ หรือ Website / UI Design/ Interactive Design โปรแกรม Adobe Illustrator เองก็เข้ามามีบทบาทสำคัญในสื่อประเภทใหม่ๆ อย่างเว็บไซต์ การออกแบบ UI หรือ Interactive Media ด้วยเช่นกัน เริ่มตั้งแต่การสร้างไอคอน ไปจนถึงการออกแบบหน้าบ้านของเว็บไซต์ และที่สำคัญคือการภาพประกอบเว็บต่างๆ เพื่อสร้างความแตกต่างให้ผลงาน

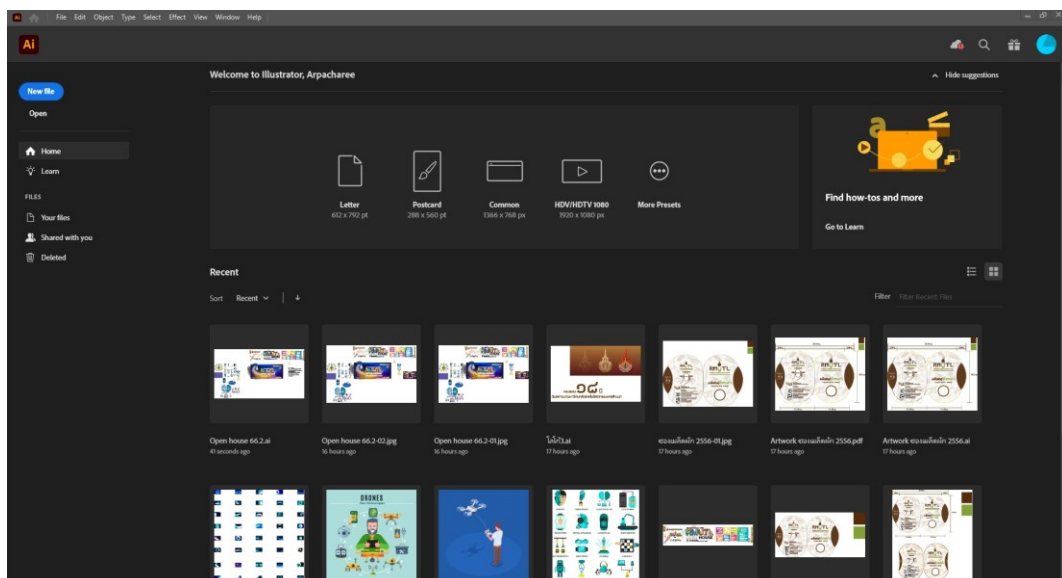
๕.๑.๒. การออกแบบภาพเคลื่อนไหว หรือ Motion Graphics / Animation นอกจากนี้ Adobe Illustrator ยังเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการสร้างองค์ประกอบกราฟิก หรือคาแรคเตอร์ต่างๆ เพื่อนำไปสร้างการเคลื่อนไหวในโปรแกรมอื่นๆ เช่น Adobe After Effects

๕.๑.๓. งานออกแบบกราฟิก หรือ Graphic Design Adobe Illustrator แทบจะเป็นหัวใจของการทำ Branding ในโลกยุคดิจิทัลที่งานออกแบบจะต้องถูกนำไปประยุกต์ใช้อย่างหลากหลาย ทั้งเรื่องของขนาด และรูปแบบของสื่อ เริ่มตั้งแต่โลโก้ขนาดเล็กๆ บนสื่อออนไลน์ งานสื่อสิ่งพิมพ์ไปจนถึงระบบป้ายหรือสัญลักษณ์ที่มีขนาดใหญ่

๕.๑.๔. ภาพประกอบ หรือ Illustrations Adobe Illustrator เป็นเครื่องมือที่โดดเด่นที่สุดสำหรับการสร้างภาพประกอบ (Illustrations) หรือการออกแบบคาแรคเตอร์ (Character Design) ซึ่งอาจสร้างจากเครื่องมือของโปรแกรม หรือวาดเส้นตามที่เราต้องการได้ โดยมีเครื่องมือวาดภาพจำนวนมากที่สามารถลดเวลาในการสร้างภาพประกอบได้

๕.๒ ส่วนประกอบของโปรแกรม Adobe Illustrator

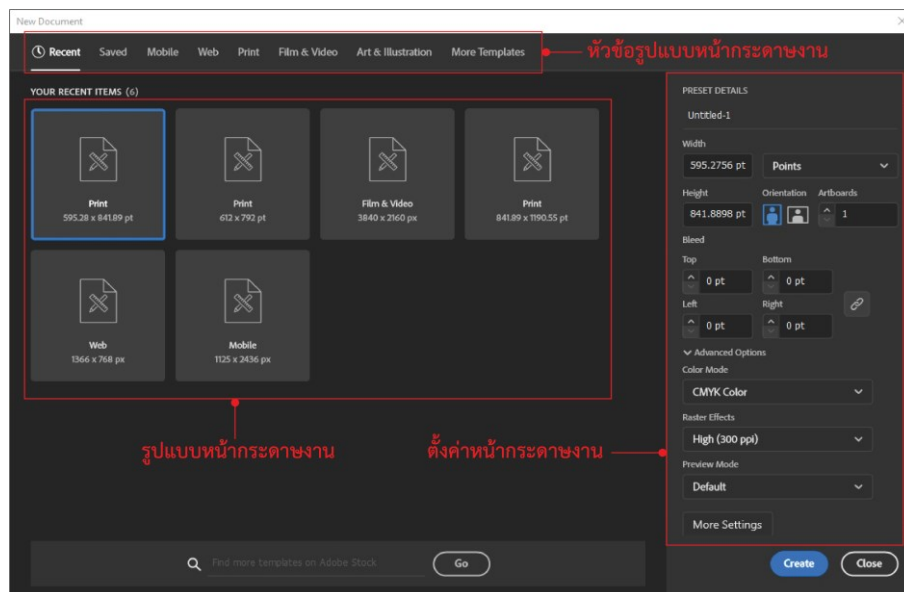
เมื่อผู้ปฏิบัติการเปิดโปรแกรม Adobe Illustrator เข้ามาแล้วในหน้าแรก(Home) ของโปรแกรมจะมีชุดคำสั่งต่างๆ ที่จะให้บริการแก่ผู้ปฏิบัติงานได้เลือกใช้ก่อนเริ่มงานออกแบบทุกอย่าง ผู้ปฏิบัติงานต้องเลือกตั้งค่าหน้าต่างกระดาษที่เป็นพื้นที่ทำงาน (Artboard) ในโปรแกรมก่อนถึงจะมีการเข้าสู่หน้าที่เป็นพื้นที่ทำงานจริงดังตัวอย่างภาพประกอบที่ ๙๔



ภาพประกอบที่ ๙๔ ภาพตัวอย่างส่วนประกอบหน้าต่างโปรแกรม Adobe Illustrator ในหน้าแรก

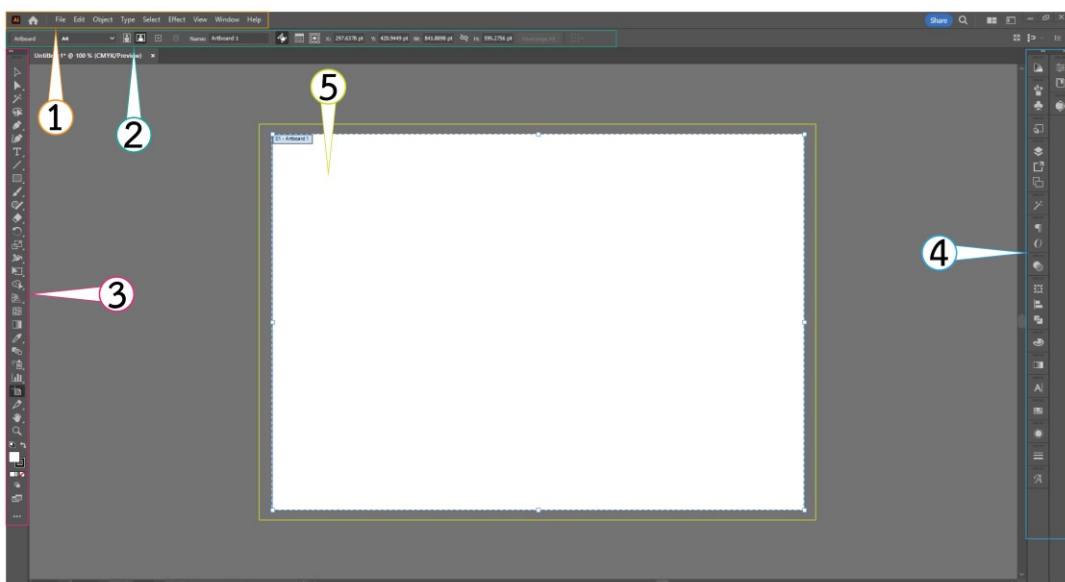
หากผู้ปฏิบัติงานต้องการเปิดไฟล์งานเดิมที่เคยทำไปแล้ว ในหน้าต่างนี้จะขึ้นไฟล์งานต่างๆ ที่เคยได้ทำไว้แล้ว ผู้ปฏิบัติงานสามารถคลิกเปิดไฟล์ที่กำลังแสดงได้ทันที แต่หากต้องการออกแบบงานใหม่

ก็สามารถคลิกที่ New File เพื่อสร้างพื้นที่งานใหม่โดยเมื่อคลิกแล้วจะเข้ามายังหน้าต่างตั้งค่าหน้ากระดาษงาน (Artboard) ดังตัวอย่างภาพประกอบที่ ๙๕ เมื่อมีการเลือกตั้งค่าหน้ากระดาษงานเรียบร้อยแล้วจึงจะเข้าสู่หน้าต่างแผ่นสร้างงาน



ภาพประกอบที่ ๙๕ ภาพตัวอย่างหน้าต่างการตั้งค่าหน้ากระดาษงานใหม่ใน Adobe Illustrator

สำหรับหน้าต่างโปรแกรม Adobe Illustrator ที่เป็นพื้นที่สำหรับออกแบบงานจะประกอบไปด้วยแถบเมนูคำสั่ง (Menu Bar) พาเนล (Panel) และกล่องเครื่องมือ (Tool box) ที่วางอยู่บนพื้นที่ว่างซึ่งเปรียบเสมือนกับโต๊ะทำงาน ดังนั้นจึงสามารถเคลื่อนย้ายตำแหน่งพาเนลและเครื่องมือไปยังจุดที่ต้องการได้ ซึ่งส่วนประกอบสำคัญของหน้าต่างโปรแกรมที่ผู้ปฏิบัติงานควรทราบเบื้องต้นมีนี้



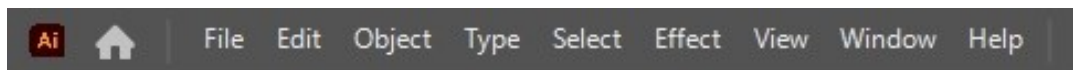
ภาพประกอบที่ ๙๖ ภาพตัวอย่างหน้าต่างการตั้งค่าหน้ากระดาษงานใหม่ใน Adobe Illustrator

- หมายเลข ๑. แถบเมนูคำสั่ง (Menu Bar)
- หมายเลข ๒. แถบแท่นควบคุม (Control Dock Bar)
- หมายเลข ๓. กล่องเครื่องมือ (Tool Box)
- หมายเลข ๔. แผงควบคุมการทำงาน (Control Panel)

หมายเลข ๕. พื้นที่ทำงาน (Artboard)

๕.๒.๑. แถบเมนูคำสั่ง (Menu Bar)

เป็นจุดรวบรวมชุดคำสั่งที่ใช้สำหรับเรียกคำสั่งต่าง ๆ เพื่อใช้จัดการไฟล์งาน หรือควบคุมการทำงานทั้งหมดในโปรแกรม ดังแสดงในภาพด้านล่างนี้



ภาพประกอบที่ ๙๗ ภาพแถบเมนูคำสั่ง (Menu Bar)

แถบเมนูคำสั่งประกอบไปด้วยเครื่องมือทั้งหมด ๙ เมนูคำสั่ง โดยแสดงชื่อเมนูคำสั่งและรูปแบบการทำงานต่างๆ

๑. **File** – ใช้สำหรับจัดการไฟล์ เช่น การ save, เปิด-ปิดไฟล์, การ Export หรือใช้สำหรับปิดโปรแกรม
๒. **Edit** – หมวดที่รวบรวมคำสั่งหรือการตั้งค่าบางอย่างไว้ เช่น การตั้งค่า Shortcut, Copy & Paste, ตัวอักษร
๓. **Object** – เป็นหมวดที่รวบรวมคำสั่งสำหรับการทำงานของ Object, สิ่งของบนชิ้นงานที่ผู้ปฏิบัติงานสร้างขึ้น
๔. **Type** – หมวดที่ใช้ทำงานกับ Font หรือตัวหนังสือ
๕. **Select** – เป็นหมวดที่ทำงานกับ “การเลือก” ตัวอย่างเช่น เครื่องมือการเลือกหรือเครื่องมือ Select key ต่างๆ (ส่วนนี้มือใหม่อาจจะยังไม่เข้าใจ แต่ไม่ต้องห่วงครับเพราะเดี๋ยวเริ่มใช้งานคุณจะคุ้นเคยกับมันแน่นอน)
๖. **Effect** – หมวดหมู่ที่รวบรวม Effect ต่างๆ สำหรับการใช้งานทุกรูปแบบเอาไว้สำหรับใครที่เคยใช้งานโปรแกรม Photoshop น่าจะคุ้นเคยพวกคำสั่ง Effect พวกนี้ดีครับ คำสั่งต่างๆ ก็เหมือนกันด้วย
๗. **View** – หมวดหมู่ที่รวมเครื่องมือที่ใช้สำหรับมุมมองการทำงานของเรา เช่น การวัดระยะ หรือการใช้ไม้บรรทัด เป็นต้น
๘. **Window** – คำสั่งในหมวด Window จะเป็นคำสั่งจำพวกการเปิดปิด หรือตั้งค่า Artwork (template)
๙. **Help** – เมนูช่วยเหลือ เป็นส่วนที่รวบรวมคำแนะนำและช่วยเหลือผู้ใช้งานในด้านต่างๆ

๕.๒.๒ แถบแท่นควบคุม (Control Dock Bar)

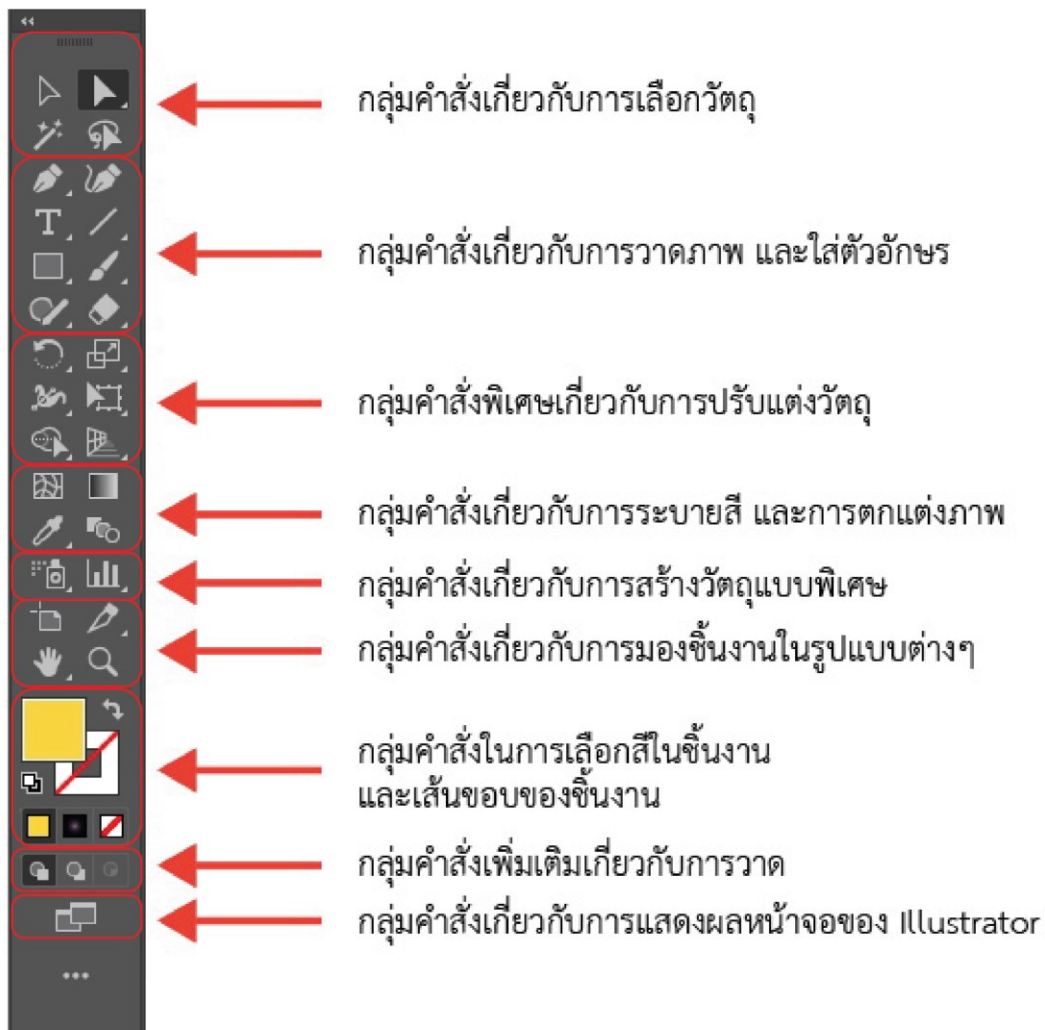
เป็นส่วนที่ใช้ในการปรับแต่งค่าการทำงานของเครื่องมือต่างๆ การกำหนดค่าในแถบตัวเลือกจะเปลี่ยนไปตามเครื่องมือที่ใช้งานอยู่ ผู้ปฏิบัติงานสามารถปรับแต่งค่าเครื่องมือต่างๆ ที่ช่องทางนี้ได้หรือสามารถปรับแต่งที่แผงควบคุมการทำงาน Control Panel ได้เช่นกัน แถบตัวเลือกเครื่องมือนี้จะเปลี่ยนแปลงตามเครื่องมือหรือวัตถุที่ผู้ปฏิบัติงานเลือก (Select) อัตโนมัติ โดยชื่อวัตถุที่เลือกจะปรากฏที่หัวแถบตัวเลือกตามตัวอย่างด้านล่าง



ภาพประกอบที่ ๙๘ ภาพแถบตัวเลือก (Control Dock)

๕.๒.๓ กล่องเครื่องมือ (Tool box)

เป็นส่วนที่ใช้เก็บเครื่องมือพื้นฐานในการทำงานของโปรแกรม แถบเครื่องมือในส่วนนี้จัดว่าเป็นหัวใจหลักของการออกแบบที่ผู้ปฏิบัติงานจำเป็นต้องทราบว่าแต่ละเครื่องมือใช้งานอย่างไรบ้าง โดยแถบเครื่องมือจะเป็นส่วนที่ต้องได้ใช้งานบ่อยที่สุด เพราะจะรวมเครื่องมือทั้งหมดสำหรับที่ต้องใช้สำหรับการออกแบบในโปรแกรม Adobe Illustrator เป็นชุดเครื่องมือที่ใช้ในการสร้างส่วนประกอบต่างๆ ของชิ้นงานลงบน Artboards เช่น การวาดรูปทรง วาดเส้น ข้อความการกำหนดสีให้วัตถุ เป็นต้น ซึ่งในชุดเครื่องมือจะแบ่งกลุ่มเครื่องมือตามลักษณะการใช้งาน สามารถเรียกใช้ชุดเครื่องมือย่อยที่มีคุณสมบัติการทำงานที่คล้ายกันได้โดยการคลิกรูปสามเหลี่ยมที่มุมด้านล่างขวาของแต่ละเครื่องมือ แถบเครื่องมือนี้จะแบ่งกลุ่มคำสั่งตามลักษณะการใช้งานดังนี้






ภาพประกอบที่ ๙๙ ภาพกล่องเครื่องมือ โปรแกรม Adobe Illustrator









Selection tool กลุ่มคำสั่งเกี่ยวกับการเลือกวัตถุ









Selection tool (ลูกศรสีดำ) ใช้เลือกวัตถุทั้งชิ้น (กดคีย์ V)

-  Direct-selection tool(ลูกศรสีขาว)ใช้เลือก points หรือ path ของวัตถุ (กดคีย์ A)
-  Magic wand tool(ไม้เท้าวิเศษ)เป็นเครื่องมือใหม่ ใช้เลือกวัตถุที่มีสีเดียวกัน การใช้งานเหมือนใน Photoshop (กดคีย์ Y)
-  Lasso tool ใช้เลือกโดยการคลิกเมาส์ Drag การใช้งานเหมือนใน Photoshop (กดคีย์ Q)

Create tool กลุ่มคำสั่งเกี่ยวกับการวาดภาพ และใส่ตัวอักษร

-  Pen tool สร้างเส้น pathอย่างแม่นยำ โดยการใช้แขน มีผลทำให้ object มีจุดน้อย-น้อยมาก ส่วนเครื่องมือย่อยจะเอาไว้ใช้ปรับแต่ง curved ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มจุด ลบจุด หักแขนของแกนเส้นสัมผัส (กดคีย์ P)
-  Curvature tool (ปากกาโค้ง) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการทำเส้นโค้ง การสร้างวงกลมหรือครึ่งวงกลมโค้ง ที่ง่ายและสวยงาม (กดคีย์ Shift+~)
-  Type tool ใช้พิมพ์ตัวอักษร (กดคีย์ T)
-  Line segment tool เครื่องมือลากเส้นตรง เช่น ทำ grid ของตารางหมากรุก grid แบบใยแมงมุม (กดคีย์ \)
-  Basic shape tool เอาไว้วาดรูปทรงพื้นฐาน ๓ ๔ หลายเหลี่ยม และวงกลม shape รูปดาว (กดคีย์ M)
-  Paintbrush tool แปรงที่เอาไว้สร้างเส้น path โดยการ drag เมาส์ลากอย่างอิสระสามารถใช้ brush แบบพิเศษ (กดคีย์ B)
-  Pencil tool จะคล้ายๆ paintbrush tool แต่จะมีเครื่องมือย่อยให้เรียก ใช้ในการแก้ไขเส้น ซึ่งจะช่วยในการปรับแต่งแก้ไข และทำให้งานดูดี + เร็วขึ้น (กดคีย์ กดคีย์ Shift+N)
-  Eraser tool เป็นเครื่องมือยางลบทั่วไป ใช้สำหรับลบภาพ (กดคีย์ Shift+E)

Transform tool กลุ่มคำสั่งพิเศษเกี่ยวกับการปรับแต่งวัตถุ

-  Rotate tool ใช้ในการหมุนวัตถุ โดยการกำหนดจุดหมุนก่อนแล้วจึงทำการหมุน ซึ่งสามารถกำหนดได้ว่าต้องการหมุนกี่องศา (กดคีย์ R)
-  Scale tool ปลี่ยนย่อขยายวัตถุ (กดคีย์ S)
-  Twirl tool ทำให้วัตถุบิดตามจุดที่กำหนด (กดคีย์ Shift+W)
-  Free transform Tool เป็นเครื่องมือสำหรับใช้ปรับรูปทรงวัตถุหรือข้อความที่เป็นวัตถุเดี่ยวหรือเป็นกลุ่มวัตถุก็ได้ (กดคีย์ E)
-  Shape builder tool เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสร้างวัตถุการใช้วัตถุหลายชิ้นมาซ้อน ๆ กันแล้วทำการรวมกัน (กดคีย์ Shift+M)
-  Perspective grid tool เป็นเครื่องมือสำหรับสร้างภาพแบบ Perspective ขึ้นมาโดยเมื่อกดจะปรากฏเครื่องมือขึ้นมา (กดคีย์ Shift+P)

Paint color tool กลุ่มคำสั่งเกี่ยวกับการระบายสี และการตกแต่งภาพ



Mesh tool เป็นเครื่องมือให้สีได้หลายสีในพื้นที่เดียวกันที่ทำให้สีสลับทสวยงาม (แต่ควบคุมยากเล็กน้อย) โดยการสร้าง point และมีแกนในการควบคุม (กดคีย์ U)



Gradient tool เครื่องมือไล่ระดับสี ซึ่งมีการไล่ระดับอยู่ด้วยกัน ๒ แบบ คือ Linear และ Radial ใช้การลากจากจุดเริ่มต้น และ สิ้นสุดที่จุดปล่อยเมาส์ ในการควบคุมการไล่ระดับของสี (กดคีย์ G)



Eyedropper tool หลอดดูดสี ใช้ copy สีของวัตถุ สามารถกำหนดได้ด้วยว่าจะ copy ลักษณะอย่างไร อะไรบ้าง (กดคีย์ I)



Blend tool เป็นเครื่องมือการเชื่อมวัตถุอีกชิ้นไปยังวัตถุอีกชิ้น โดยเราสามารถเชื่อมหรือทำวัตถุนั้นซ้ำๆจนถึงวัตถุอีกชิ้นหนึ่งที่เชื่อมไว้ได้ (กดคีย์ W)

Special tool กลุ่มคำสั่งเกี่ยวกับการสร้างวัตถุแบบพิเศษ



Symbol tool ใช้จัดการเกี่ยวกับ symbol ซึ่งมีเครื่องมือย่อยมากมาย แต่จะไม่ขอกล่าวถึง เพราะเครื่องมือแต่ละชิ้นมีไอคอนที่ง่ายต่อการ เข้าใจอยู่แล้ว ขอให้ทดลองนำไปใช้เอง แล้วจะเข้าใจว่า tool แต่ละชิ้น ใช้ทำอะไรได้บ้าง (กดคีย์ Shift+S)



Graph tool ใช้สร้าง graph ในรูปแบบต่างๆ ซึ่งง่ายต่อการเข้าใจ และจะไม่ขอกล่าวถึงเช่นกัน (กดคีย์ J)

View tool กลุ่มคำสั่งเกี่ยวกับการมองเห็นงานในรูปแบบต่างๆ



Artboard tool เป็นเครื่องมือในการเพิ่ม-ลบกระดาน Artboard ที่ใช้ในการสร้างผลงาน (กดคีย์ Shift+O)



Slice tool ใช้เกี่ยวกับการตัดแบ่งภาพออกเป็นส่วนๆ ใช้ในงานเว็บ (กดคีย์ Shift+K)



Hand tool ใช้เลื่อนดูบริเวณพื้นที่การทำงานบนหน้าจอ (กดคีย์ H หรือ Spacebar)



Zoom tool ใช้ย่อ และ ขยายพื้นที่การทำงาน (กดคีย์ Z หรือ Ctrl+Spacebar และ Ctrl+Alt+Spacebar)

Color tool กลุ่มคำสั่งในการเลือกสีในวัตถุและเส้นขอบของวัตถุ



Default fill and stroke tool คือการเติมสี และเปลี่ยนแปลงสีให้กับวัตถุกับบริเวณของขอบวัตถุ (กดคีย์ D)



Color สีหลักที่ต้องการจะใช้ (กดคีย์ <), Gradient สีด้ายข้างรอบที่ต้องการจะใช้ (กดคีย์ >), Nont ไม่ให้มีสีปรากฏขึ้น (กดคีย์ /)



Draw modes กลุ่มคำสั่งเพิ่มเติมเกี่ยวกับการวาด



Draw normal จะเป็น Default ค่าเริ่มต้นของการวาด และจะเป็น Object แรกที่สร้างขึ้น (กดคีย์ Shift+D to switch modes), Draw behind หลังจากมีการวาด Object แรกแล้ว สามารถกำหนดได้ว่า Object ที่กำลังจะสร้างต่อไปนี้จะแสดงอยู่ในส่วนใดของ Object แรก ถ้า

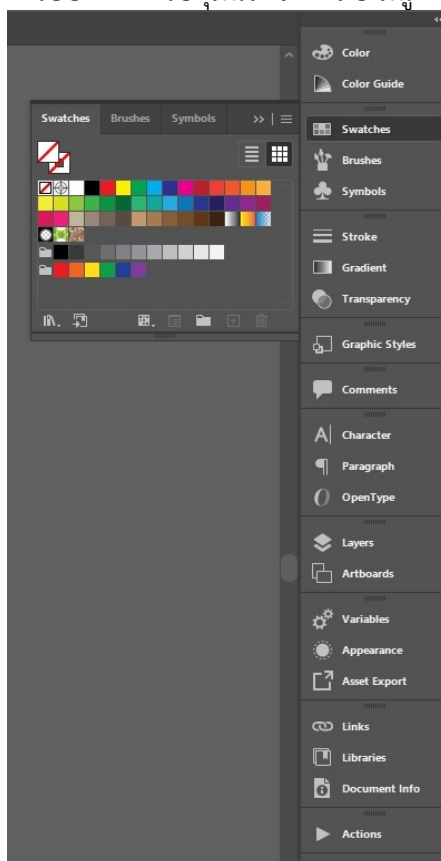
ต้องการให้แสดงบางส่วนอยู่ด้านหลัง หรือที่เรียกว่า Over Wrap กับ Object แรก ก็ให้คลิกเลือก Draw mode ลำดับที่สอง (กดคีย์ Shift+D to switch modes), Draw inside ก่อนที่จะทำการวาดในโหมดนี้ จะต้องคลิกเลือก Object ที่เราจะให้ Object ที่จะสร้างขึ้นอยู่ภายใน Object นั้น ก่อน จากนั้นก็เลือกเครื่องมือนี้ จะมีกรอบแสดงขึ้นมาล้อมรอบที่ Object ที่ได้เลือกไว้ และทำการวาดภายใน Object ที่ได้คลิกเลือก การทำเช่นนี้จะเหมือนกับการ Group Object ดังนั้นถ้าต้องการแก้สี หรือแก้ไขแต่ละส่วน จะต้องทำดับเบิลคลิกที่ Object เพื่อสร้าง Isolate Mode แล้วคลิกเลือกแต่ละ Object ที่ต้องการแก้สี หรือจะใช้วิธีกดปุ่ม Ctrl แล้วคลิก Object ส่วนที่ต้องการการสีก็ได้ (กดคีย์ Shift+D to switch modes)

Screen mode กลุ่มคำสั่งเกี่ยวกับการแสดงผลหน้าจอของ Illustrator

 **Change screen mode** เป็นการตั้งค่าหน้าจอการทำงานครับว่าเราต้องการให้เห็นหน้าจอแบบไหน แบบปกติเห็นเครื่องมือทุกอย่าง หรือแบบ เต็มจอโดยเห็นเมนูบาร์แต่ไม่เห็นแถบปุ่มปิดโปรแกรม หรือจะให้เห็นแค่หน้าจอการทำงานอย่างเดียวโดยไม่เห็นเครื่องมืออะไรเลย (กดคีย์ F)  Edit toolbar... กล่องเพิ่มเติมหรือลดเครื่องมือในการใช้งาน

๕.๒.๔ แผงควบคุมการทำงาน (Control Panel)

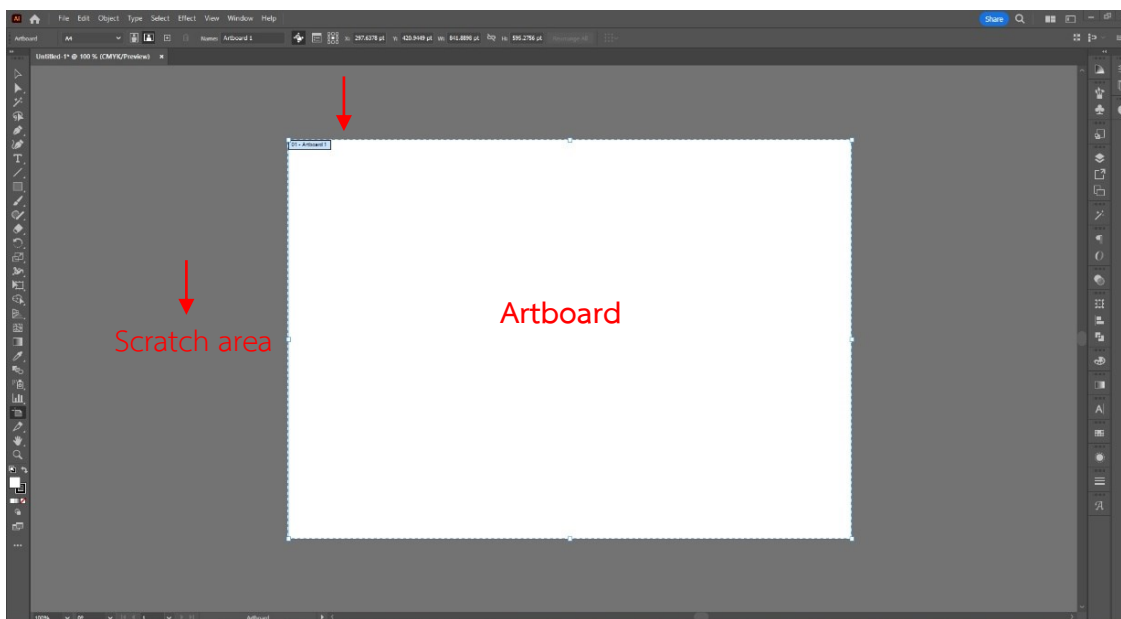
เป็นชุดคำสั่งทางด้านขวามือจะมีชุดคำสั่งต่างๆ (Panel) ที่เป็นเหมือนแผงควบคุมของเครื่องมือบางส่วนไว้ให้จัดการได้ง่ายในขณะออกแบบงานกราฟิก เช่น การจัดการตัวอักษรทั้งขนาด รูปแบบ สี, การจัดการสีของวัตถุ, การจัดการ Layer เป็นต้น ซึ่งผู้ปฏิบัติงานสามารถตั้งค่าหรือเลือกเครื่องมือที่มาแสดงได้ หากในโปรแกรมไม่มีแผงควบคุมบางหัวข้อปรากฏ ผู้ปฏิบัติงานสามารถเลือกเปิดหรือปิดแผงควบคุมนี้ได้จากแถบเมนูคำสั่งในหมวด Window ได้



ภาพประกอบที่ ๑๐๐ ภาพแผงควบคุมการทำงาน (Control Panel)

๕.๒.๕ พื้นที่ทำงาน (Artboard)

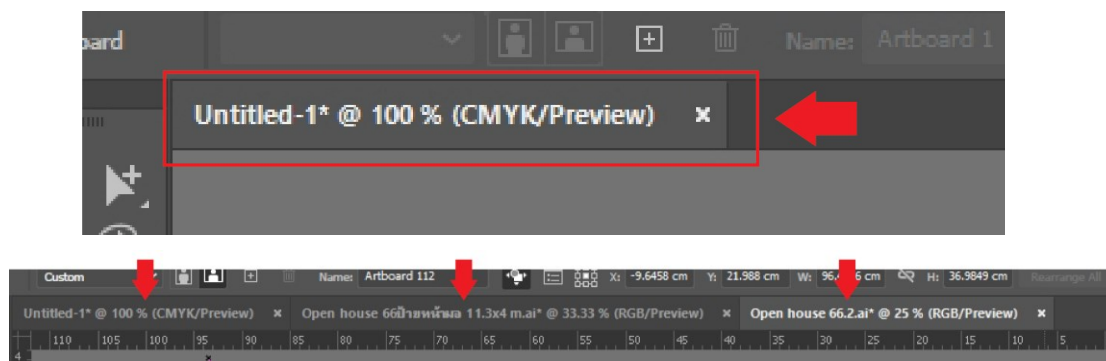
เป็นบริเวณที่ใช้วางวัตถุต่างๆ เพื่อสร้างสรรค์ชิ้นงานออกแบบในพื้นที่นี้ ในพื้นที่ทำงานหรือ Artboard ผู้ปฏิบัติงานสามารถตั้งค่าหน้ากระดาษได้ตั้งแต่เริ่มโปรแกรมหรือจะเข้ามาตั้งค่าที่แผงควบคุมในภายหลังได้ตามต้องการ ส่วนพื้นที่นอกเหนือจากนั้น (Scratch area) เป็นบริเวณที่เราวางวัตถุอื่นๆ ที่ยังไม่ได้ใช้งานและไม่ต้องการให้แสดงในชิ้นงานใช้เพื่อพักวัตถุ หรือเผื่อไว้ใช้ในภายหลัง



ภาพประกอบที่ ๑๐๑ ภาพพื้นที่ทำงาน (Artboard)

๕.๒.๖ แถบชื่อเรื่อง (Title Bar)

เป็นส่วนที่แสดงชื่อไฟล์งาน (Artwork) ที่เปิดใช้งานอยู่ สำหรับโปรแกรม Adobe Illustrator แถบชื่อเรื่องจะเรียงกันเป็นแท็บ (Tab) สำหรับไฟล์งานต้นฉบับที่ได้มีการออกแบบไว้แล้วนั้นก่อกแบบจะเรียกว่า "อาร์ตเวิร์ค (Artwork)" และอาร์ตเวิร์คที่ได้สร้างไว้แล้วจะมีชื่อเรียกตามที่คุณปฏิบัติงานได้ตั้งชื่อไว้ในครั้งแรกที่สร้างงาน



ภาพประกอบที่ ๑๐๒ ภาพแถบชื่อเรื่อง (Title Bar)

ปัญหา : ที่อาจเกิดขึ้นเกี่ยวกับโปรแกรม Adobe Illustrator

๑. ผู้ปฏิบัติงานอาจสงสัยในเมนูคำสั่งของโปรแกรม Adobe Illustrator ที่มีไม่เหมือนกัน และคำสั่งมีไม่เท่ากันในทุกๆ เวอร์ชัน
๒. การหาเครื่องมือที่ต้องการใช้ไม่เจอเพราะรูปแบบของเครื่องมือเวอร์ชันที่ใหม่กว่า สัญลักษณ์ไม่เหมือนเดิมในการใช้งานโปรแกรม Adobe Illustrator

แนวทางการแก้ปัญหา :

๑. ถึงแม้ว่าหน้าตาของเมนูคำสั่งของโปรแกรมอาจจะไม่เหมือนเดิม แต่ก็ยังมีลักษณะการใช้งานและความสามารถที่คล้ายคลึงกันในทุกเวอร์ชัน
๒. ในโปรแกรม Adobe Illustrator เวอร์ชันใหม่มีการสร้างคำสั่งเมื่อนำเมาท์ไปชี้ที่เครื่องมือใดแล้วจะปรากฏช่องหน้าต่างภาพมัลติมีเดียสอนการใช้งานของเครื่องมือชิ้นนั้น และมีตัวเลือกการให้ข้อมูลความรู้เพิ่มเติมทางโซเชียลมีเดียสอนการใช้งานเครื่องมือชิ้นนั้นอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ :

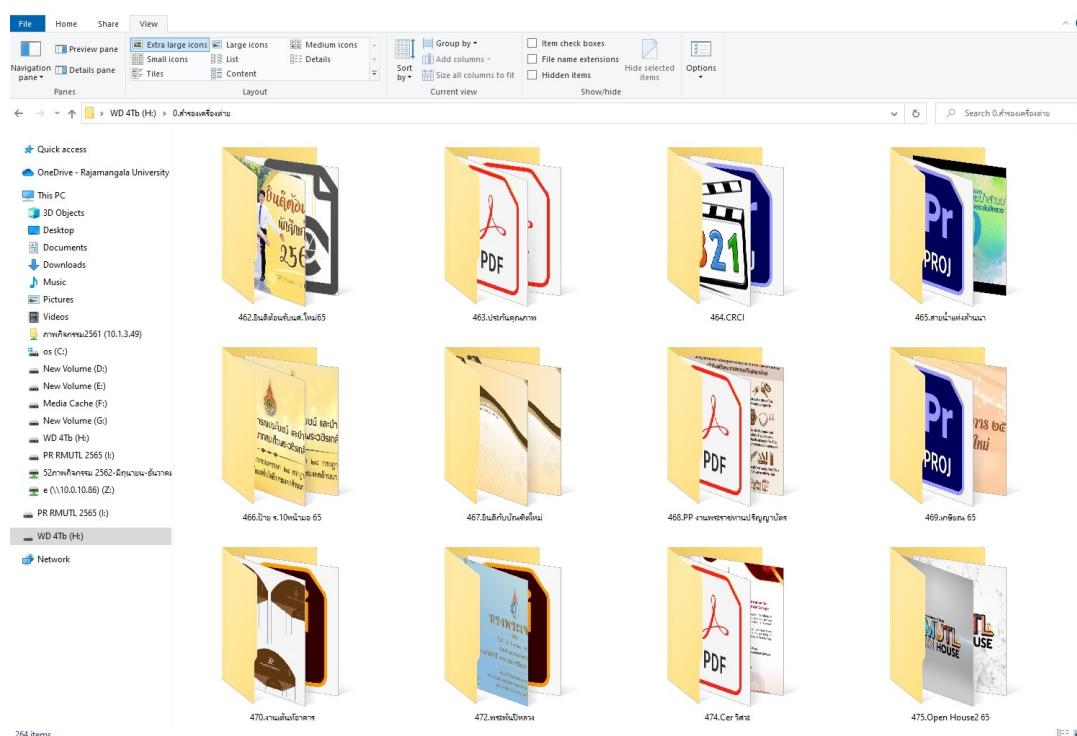
๑. โปรแกรม Adobe Illustrator มีการอัปเดตโปรแกรม เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้นเป็นประจำ เช่น ใช้เวลาน้อยลง ลดขั้นตอนในการปฏิบัติงานให้น้อยลง ผลลัพธ์ที่ได้มีคุณภาพและสมบูรณ์สวยงามแต่สร้างได้ง่ายมากกว่าเดิม ดังนั้นผู้ปฏิบัติงาน จะควรติดตามการพัฒนา และศึกษาความรู้เครื่องมือใหม่ๆ จากเว็บไซต์ Adobe อยู่เสมอ
๒. ในการปฏิบัติคำสั่งต่างๆ เครื่องมือต่างๆ ที่ได้ใช้เป็นประจำผู้ปฏิบัติงาน ควรจดจำชื่อเครื่องมือและคีย์ลัดเอาไว้ เพื่อให้การปฏิบัติงานสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น เพราะสิ่งเหล่านี้จะเรียกว่า ทักษะและประสบการณ์

๖. ขั้นตอนการออกแบบป้ายไวเนลในโปรแกรม Adobe Illustrator

ในขั้นตอนการปฏิบัติงานของการออกแบบป้ายไวเนลด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator กลุ่มงานบริหารและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ กองประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ลานนา ผู้จัดทำคู่มือปฏิบัติงานหลัก ได้อธิบายองค์ความรู้ต่างๆ เกี่ยวกับการออกแบบและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทป้ายไวเนลจากความรู้และประสบการณ์ตรงของตนเอง เพื่อให้ความรู้แก่ผู้ที่มาปฏิบัติงานใหม่หรือผู้ที่สนใจปฏิบัติงานออกแบบจากหน่วยงานอื่น ให้มีความสามารถในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ของตนได้เป็นอย่างดีและมีประสิทธิภาพดังนี้

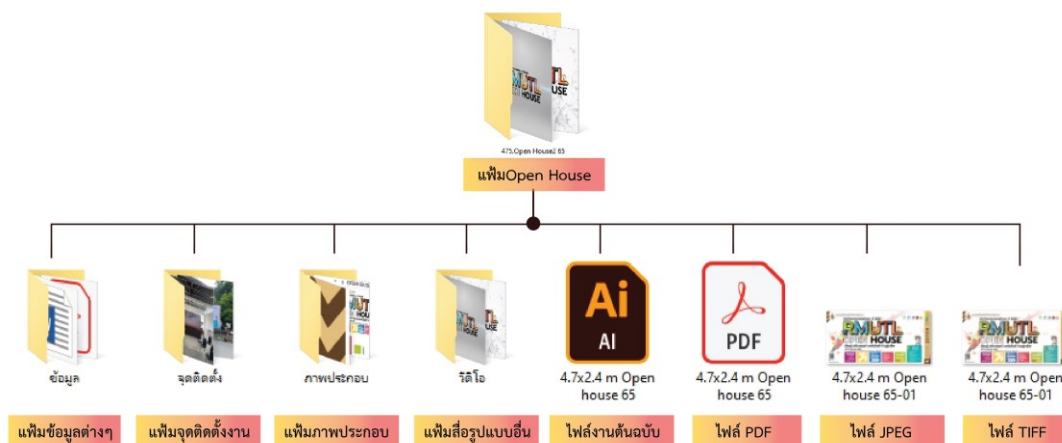
๖.๑. ขั้นตอนแรกของการปฏิบัติงาน

ผู้ปฏิบัติงานควรจัดตั้งแฟ้มงานหลัก (Folder) เพื่อใช้จัดเก็บไฟล์ให้เป็นหมวดหมู่ ไม่ว่าจะเป็นไฟล์ข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับมาหรือไฟล์งานที่สร้างขึ้นในโปรแกรม Adobe Illustrator หรือภาพที่ได้ตกแต่งจากโปรแกรม Adobe Photoshop พร้อมทั้งตั้งชื่อแฟ้มงานให้เหมือนกับชื่อกิจกรรมหรือชื่องานที่ทำป้ายเพื่อให้ง่ายต่อการค้นหาและการทำงานในครั้งต่อไป



ภาพประกอบที่ ๑๐๓ ภาพการจัดตั้ง แฟ้มงาน (Folder) เพื่อใช้จัดเก็บไฟล์ข้อมูล

ในการสร้างแฟ้มงานหลักตามชื่อของงานนั้นจะทำให้ง่ายต่อการสืบค้นในภายหลังและในแฟ้มงานนั้นจะต้องประกอบด้วยข้อมูลทั้งหมดของงานนั้นๆ ผู้ปฏิบัติงานไม่ควรใช้ไฟล์รูปภาพที่อยู่ในแฟ้มงานอื่นมาใช้ปฏิบัติงาน หากมีการย้ายแฟ้มงานจะทำให้เกิดปัญหาการหาไฟล์ลิงก์ภาพนั้นไม่พบ เพื่อให้ข้อมูลไม่กระจัดกระจาย สะดวกในการย้ายไฟล์และไฟล์ต้นฉบับไม่มีปัญหาเกี่ยวกับไฟล์รูปที่ลิงก์ไว้เมื่อเปิดคอมพิวเตอร์เครื่องอื่นปฏิบัติงาน ในการจัดเก็บไฟล์ที่ใช้ประกอบการออกแบบควรมีการจัดเก็บดังรูปตัวอย่าง



ภาพประกอบที่ ๑๐๔ ภาพตัวอย่างการจัดเก็บไฟล์งาน

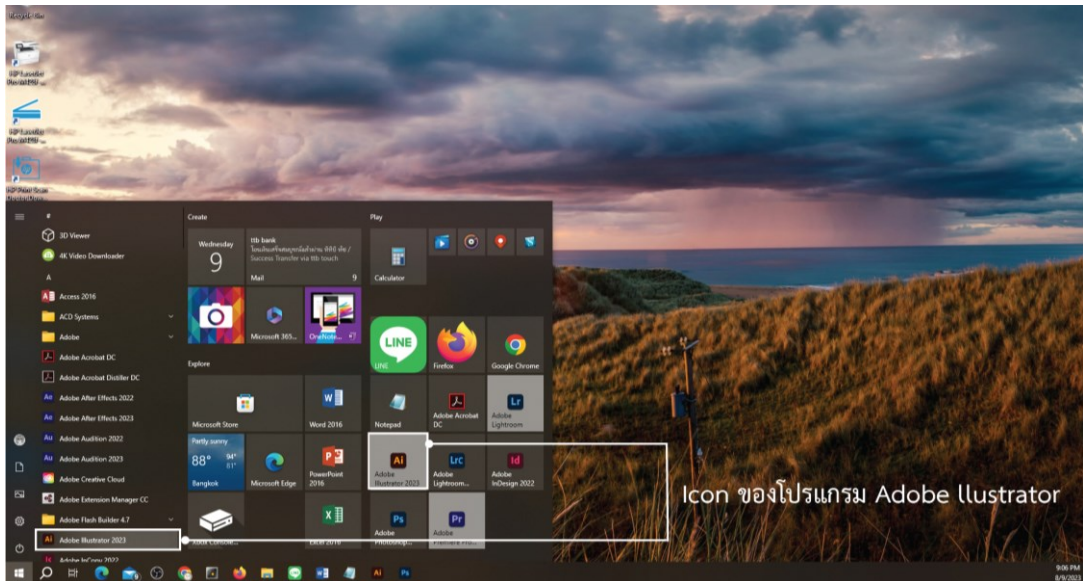
จากรูปแบบจะเห็นได้ว่าการเก็บไฟล์ที่เป็นรูปแบบนั้นจะช่วยทำให้ผู้ปฏิบัติงานทำงานได้สะดวกยิ่งขึ้น แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นก็ไม่มีกฎเกณฑ์ที่ตายตัว สามารถสรุปให้สั้นๆ ได้ว่าหากเป็นไฟล์อื่นที่เป็นส่วนประกอบไม่ใช่ไฟล์งานออกแบบ ผู้ปฏิบัติงานควรสร้างแฟ้มเก็บไฟล์เหล่านั้นไว้เฉพาะเพื่อไม่ให้ไฟล์อยู่อย่างสะเปะสะปะ แต่สำหรับไฟล์งานออกแบบที่เป็นไฟล์ต้นฉบับและไฟล์ที่ส่งออก (Export) เป็นไฟล์นามสกุลอื่นๆ เช่น PDF, JPG, TIFF, PNG เป็นต้น ควร Save ไว้ภายนอกแต่ยังเก็บอยู่ในแฟ้มงานหลัก ให้อยู่พื้นที่ภายนอกไม่ต้องสร้างแฟ้มงานเก็บไฟล์เพื่อให้เห็นได้ง่ายเมื่อเปิดครั้งต่อไปและสะดวกในการใช้งาน

๖.๒ เริ่มต้นใช้โปรแกรม Adobe Illustrator (Ai)

ผู้ปฏิบัติงานต้องเริ่มต้นการใช้งานโปรแกรม Adobe Illustrator โดยการเปิดโปรแกรม จาก Icon ของโปรแกรม บนหน้าจอคอมพิวเตอร์ (Desktop) หรือเรียกจากรายการบนเมนู Start โปรแกรมก็จะเริ่มทำงาน โดยแสดงสัญลักษณ์ พร้อมกับแสดงส่วนประกอบต่างๆ ของโปรแกรม โดย Icon ของโปรแกรม Adobe Illustrator จะมีลักษณะดังภาพประกอบที่ ๑๐๕



ภาพประกอบที่ ๑๐๕ ภาพ Icon โปรแกรม Adobe Illustrator
(แหล่งที่มา: <https://www.google.com/search?q=Adobe+Illustrator&client>)

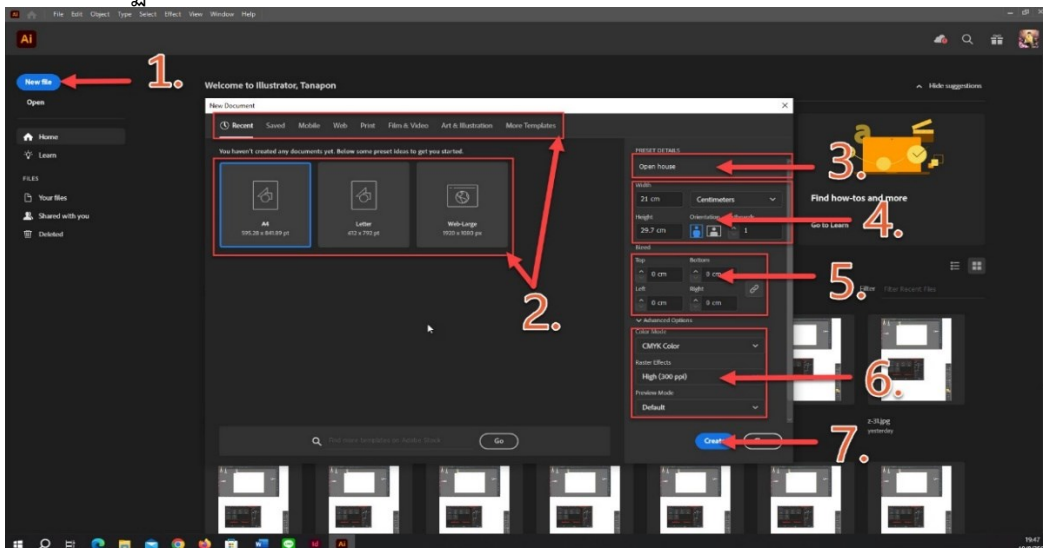


ภาพประกอบที่ ๑๐๖ ภาพตัวอย่างการเปิดโปรแกรมจาก Icon ของโปรแกรม Adobe llustrator บนหน้าจอคอมพิวเตอร์

เมื่อผู้ปฏิบัติงานเตรียมไฟล์ข้อมูลและรูปภาพเป็นที่เรียบร้อยแล้ว สิ่งที่ต้องคำนึงถึงการใช้งานจริงว่าเราจะผลิตเป็นสื่ออะไรบ้าง มีขนาดหน้างานเท่าไร? ก่อนที่จะลงมือเปิดโปรแกรมขึ้นมาทำการออกแบบ งานพิมพ์อิงค์เจตหรือไฟล์งานพิมพ์ขนาดใหญ่มักจะมีปัญหาเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ที่ประมวลผลช้าในขณะที่ออกแบบ เราจึงต้องย่อขนาดงานให้เล็กลงเพื่อการออกแบบงานที่เร็วยิ่งขึ้น โดยจะเลือกใช้มาตราส่วน ๑:๑๐ เพื่อให้ง่ายต่อการอ่านค่าของขนาดงานภายหลัง แต่สำหรับงานพิมพ์ขนาดเล็กควรออกแบบในขนาดเท่าจริงและหากเป็นงานพิมพ์ในระบบ Offset จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเพิ่มขนาดงานอีกข้างละ ๓ มม. เพื่อที่จะเผื่อไว้ตัดขอบหิ้งนั่นเอง เราจึงควรคำนึงถึงสิ่งเหล่านี้ก่อนเป็นอย่างแรก และเมื่อเปิดโปรแกรมขึ้นมาโดยคลิกที่รูป Ai Icon มีสัญลักษณ์เป็นรูปในลักษณะนี้ **Ai** แล้วจะมีหน้าต่างให้ผู้ปฏิบัติงานเลือกในการสร้างงานใหม่หรือเปิดไฟล์งานเดิมขึ้นมาดังภาพ

๖.๓ การตั้งค่าเอกสารใหม่ (New Document)

การตั้งค่าเอกสารใหม่เป็นขั้นตอนเริ่มต้นของการทำงานผู้ปฏิบัติงานต้องทราบเป็นที่แน่ชัดแล้วว่า จะปฏิบัติงานอะไรและมีขนาดเท่าไร? จึงจะสามารถตั้งค่าในหน้าแรกนี้ได้

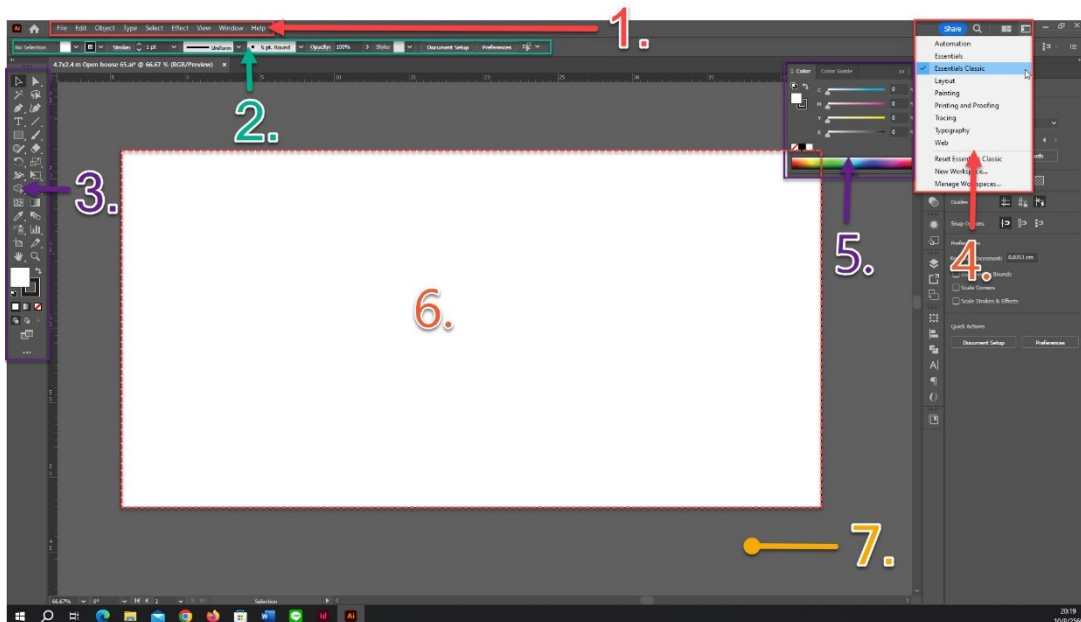


ภาพประกอบที่ ๑๐๗ ภาพตัวอย่างการตั้งค่าเอกสารงานใหม่

จากภาพประกอบที่ ๗๙ การตั้งค่าเอกสารใหม่มีลำดับขั้นตอนดังนี้

๑. เลือก New file เพื่อสร้างงานใหม่
๒. หากไม่ทราบขนาดของงานก็สามารถเลือกรูปแบบขนาดสากลที่มีอยู่แล้วได้เลย
๓. ตั้งชื่อไฟล์งาน
๔. ขนาดของงานบน Artboard การกรอกขนาดของงานต้องสังเกตที่หน่วยนับด้วยว่าเป็นหน่วยอะไรแล้วจึงใส่เลขขนาดงานลงไป พร้อมเลือกแนวตั้งหรือแนวนอน ค่านี้จะเป็นค่าของ Artboard เมื่อเปิดพาแนล
๕. เส้น Bleed จะใช้เพื่อเพื่อขอบของงานไว้สำหรับขอบตัดตก ขนาด ๓ มิลลิเมตร
๖. ตั้งค่าโหมดสีและความละเอียด
๗. คลิกที่ปุ่ม Create เพื่อสร้างงาน

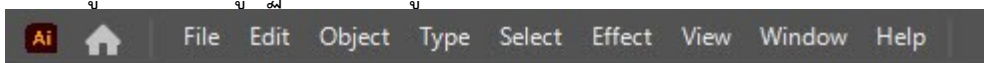
เมื่อคลิกที่ Create แล้วจะได้หน้าต่างสร้างงานดังภาพ



ภาพประกอบที่ ๑๐๘ ภาพตัวอย่างหน้าต่างพื้นที่การทำงานในโปรแกรม

๑. แถบเมนูคำสั่ง
๒. คอนโทรลพาแนล Dock Panel เป็นแถบตัวเลือกทางลัดสำหรับกำหนดค่าต่างๆ ของวัตถุ
๓. กล่องเครื่องมือ Tool Box
๔. ชุดเซตพาแนลและการเรียกใช้
๕. พาเนลควบคุมการทำงาน Control Panel เป็นหน้าต่างย่อยที่รวมคุณสมบัติการทำงาน ของเครื่องมือต่างๆ
๖. พื้นที่การทำงาน Artboard
๗. พื้นที่ภายนอกใช้วางพักวัตถุที่ยังไม่ได้ใช้งาน Scratch area

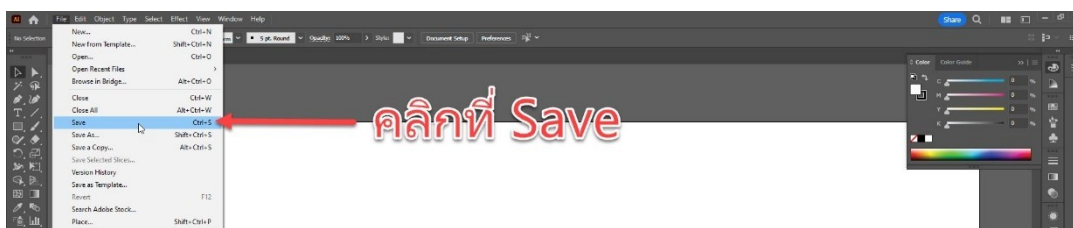
แถบเมนูคำสั่งหลักที่ผู้ปฏิบัติงานควรรู้เพราะต้องใช้ร่วมกับกล่องมือเพื่อสร้างงาน



ภาพประกอบที่ ๑๐๙ ภาพตัวอย่างการแถบเมนูคำสั่ง

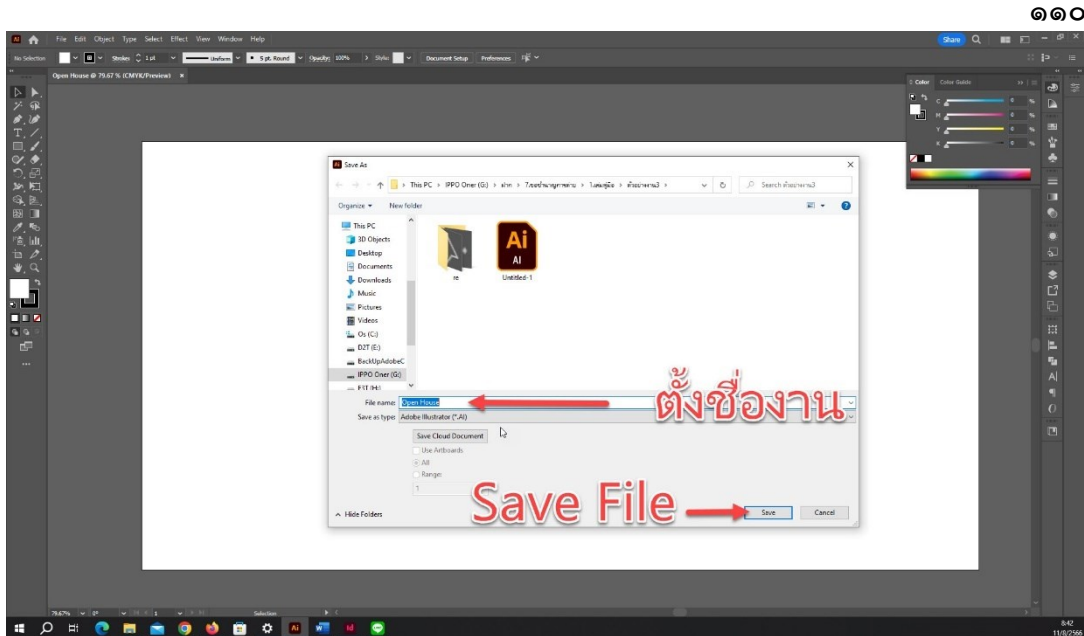
- File: เป็นหมวดของคำสั่งที่จัดการเกี่ยวกับไฟล์และโปรแกรมทั้งหมด เช่น การเปิด-ปิดไฟล์ การบันทึกไฟล์ การนำภาพเข้ามาใช้(Place) ตลอดจนการออกแบบโปรแกรม(Exit)
- Edit: เป็นหมวดของคำสั่งที่จัดการแก้ไข เช่น Undo Copy Plus Select รวมทั้งการกำหนดคุณภาพต่างๆที่มีผลต่อการปรับแต่งภาพด้วยเช่นการสร้างรูปแบบ(Define Pattern) การกำหนดค่าสี(Color setting) เป็นต้น
- Object: เป็นหมวดที่รวบรวมคำสั่งสำหรับการทำงานของ Object, สิ่งของบนชิ้นงานที่ผู้ปฏิบัติงานสร้างขึ้น
- Type: เป็นหมวดของคำสั่งที่ใช้จัดการตัวหนังสือเช่น Font Paragraph เป็นต้น
- Select: เป็นหมวดของคำสั่งที่ใช้ในการเลือกวัตถุ สามารถเลือกด้วยคุณสมบัติได้เช่น เลือกวัตถุที่มี Fill และ Stroke แบบเดียวกัน
- Filter: เป็นหมวดของคำสั่งที่ใช้สร้างเทคนิคพิเศษให้กับภาพโดยจะมีผลต่อรูปร่างของ Path
- Effect: เป็นหมวดของคำสั่ง ที่ใช้สร้างเทคนิคพิเศษให้กับภาพถ่าย Filter แต่จะไม่มีผลกับรูปร่างของ PathView เป็นโหมดคำสั่งเกี่ยวกับการมองทุกสิ่งในงาน เช่น Zoom Show/Hide Ruler Bounding Box Outline Mode/Preview Mode เป็นต้น
- Window: เป็นหมวดคำสั่งที่เกี่ยวกับการเปิด-ปิดหน้าต่าง เครื่องมือต่างๆ เช่น Palette Tool Box เป็นต้น
- Help: เป็นหมวดที่รวบรวมวิธีการใช้งาน และคำแนะนำเพื่อช่วยเหลือผู้ใช้โปรแกรม

เมื่อเปิดผู้ปฏิบัติงานเปิดงานมาในครั้งแรกให้ทำการบันทึก(Save) งานในแฟ้มที่สร้างไว้ก่อนเพื่อมิให้ลืมเซฟภายหลัง เพราะในขณะที่ผู้ปฏิบัติงานออกแบบงานมักจะมีสมาธิจดจ่ออยู่กับการทำงานจนลืม Save งานหรือบางครั้งคอมพิวเตอร์ที่ผู้ปฏิบัติงานทำงานอยู่ประมวลผลไม่ทันทำให้ตัวโปรแกรมบังคับปิดโปรแกรมโดยที่ไม่สามารถ Save ได้ เป็นปัญหาที่พบบ่อยในหมู่นักออกแบบมือใหม่



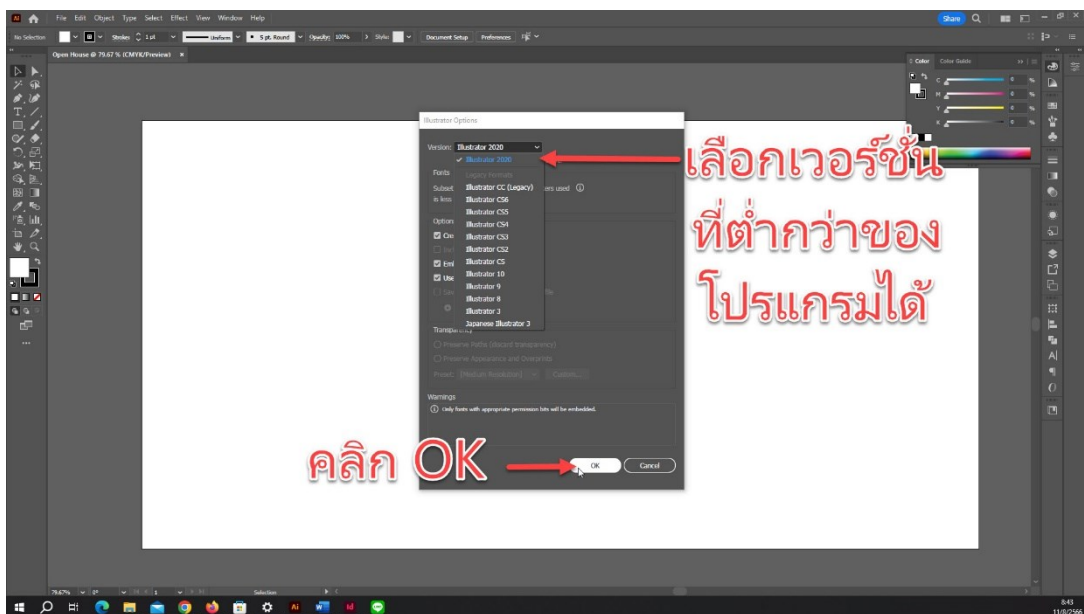
ภาพประกอบที่ ๑๑๐ ภาพตัวอย่างการ Save งาน

โดยมีขั้นตอนการ Save คือ ไปที่ File เลือกเมาท์ไปคลิกที่ Save แล้วจะเกิดหน้าต่าง Save As ขึ้นมาและผู้ปฏิบัติงานก็สามารถ Save ได้เลยทันที เพราะผู้ปฏิบัติงานได้ตั้งชื่องานเป็นที่เรียบร้อยแล้ว แต่ถ้าหากยังไม่ได้ตั้งชื่อไฟล์ขณะ Create New ผู้ปฏิบัติงานก็สามารถ ตั้งชื่องานในช่อง File Name ในหน้าต่างนี้ได้เช่นกัน ดังภาพตัวอย่าง



ภาพประกอบที่ ๑๑๑ ภาพตัวอย่างการตั้งชื่องานในช่อง File Name

ในการ Save งานเวอร์ชันที่ผู้ปฏิบัติงานควรเลือกคือเวอร์ชันปัจจุบัน แต่หากผู้ปฏิบัติงานต้องการที่จะ Save งานต้นฉบับไปทำที่คอมพิวเตอร์เครื่องอื่นแล้วคอมพิวเตอร์เครื่องนั้นมีโปรแกรมที่เวอร์ชันต่ำกว่าผู้ปฏิบัติงานจึงจะเลือก Save ในเวอร์ชันที่ต่ำกว่าตามเวอร์ชันที่มีในเครื่องนั้นๆ

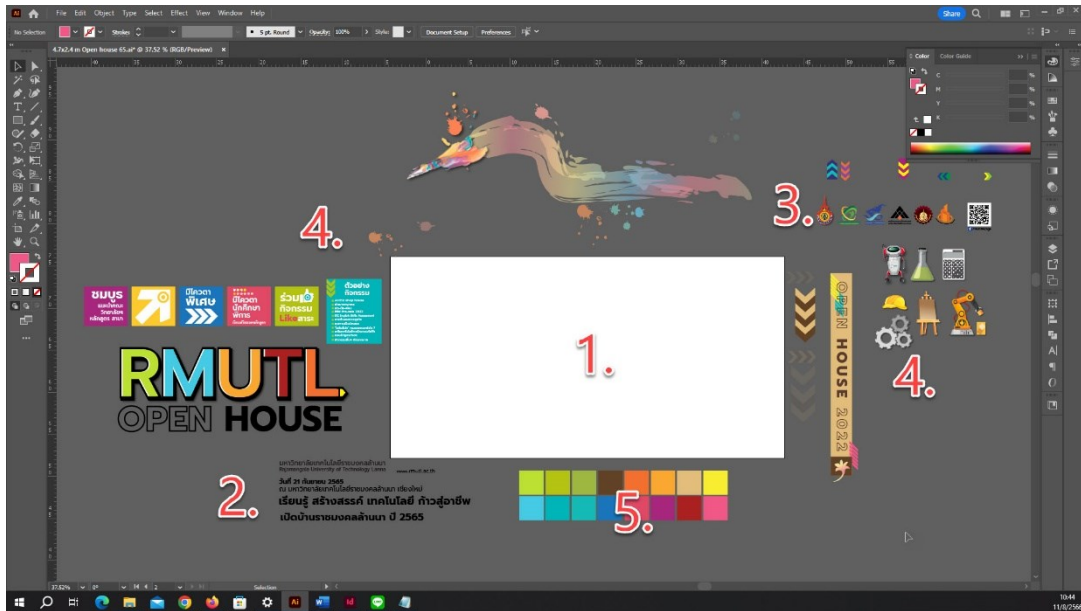


ภาพประกอบที่ ๑๑๒ ภาพตัวอย่างการเลือก Save ในเวอร์ชันที่ต่ำกว่า

*** เมื่อผู้ปฏิบัติงาน Save งานเป็นที่เรียบร้อยแล้วแต่ในขณะที่ทำการออกแบบงาน ผู้ปฏิบัติงานก็ควร Save งานอย่างต่อเนื่องทุกๆ ชั่วโมงหรือครึ่งชั่วโมงตามความแรงของคอมพิวเตอร์ของผู้ปฏิบัติงาน ไมเช่นนั้นจะพบปัญหาโปรแกรมดับกระทันหันได้และพบว่าได้ Save ไฟล์งาน อาจทำให้ผู้ปฏิบัติงานเสียกำลังใจในการปฏิบัติงานต่อไปได้

๖.๔ การปฏิบัติงาน (Working)

การเริ่มต้นปฏิบัติงานผู้ปฏิบัติงานควรนำข้อมูลทั้งหมดที่ผ่านการวิเคราะห์แล้วมาเริ่มออกแบบ สิ่งที่ต้องทำในการขมวดรวมความคิดสร้างสรรค์คือการนำเอาข้อมูลที่จำเป็นมารวมไว้ที่พื้นที่ Scratch Area โดยรอบเพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานรู้ว่าอะไรที่ผู้ปฏิบัติงานต้องใส่ในงานออกแบบ และสามารถสร้างสรรค์ (Creative) ได้มากขึ้นเพียงใด ดังภาพตัวอย่าง





ภาพประกอบที่ ๑๑๓ ภาพตัวอย่างการนำเอาข้อมูลที่จำเป็นมารวมไว้ที่พื้นที่ Scratch Area

๑. Artboard พื้นที่งานที่จะออกแบบ: เป็นพื้นที่ที่ผู้ปฏิบัติงานจะต้องออกแบบงานในพื้นที่นี้ เมื่องานเสร็จแล้วต้องนำออกไฟล์งานจะได้ตามขนาดของ Artboard ที่สร้างไว้ในตอนแรก

๒. ข้อมูลตัวอักษร(Font) : เป็นเนื้อหาสาระที่จะต้องสื่อในงานออกแบบที่เกิดจาก Content และ Concept ที่ได้รวบรวมไว้แต่ตอนต้นแล้ว ผู้ปฏิบัติงานสามารถสร้างตัวอักษรได้ด้วยการพิมพ์ขึ้นมาใหม่จากกล่อง **T** เครื่องมือสัญลักษณ์ภาพ หรือ Type Tool (T) และ Copy File อักษรจากแหล่งอื่นๆ แล้วนำมา Paste File บนพื้นที่ Scratch area ไว้ก่อน แล้วหารูปแบบ font และปรับขนาดตัวอักษรที่ต้องการจากช่อง Character พร้อมกับจัดรูปแบบการวางได้ตามต้องการ

๓. โลโก้ที่เกี่ยวข้องกับงาน : ควรใช้โลโก้ที่เป็นไฟล์ .AI (Vector) หรือเป็นไฟล์ .PSD หรือเป็นไฟล์ .PNG ที่ได้คัดลอกพื้นหลังเรียบร้อยแล้ว

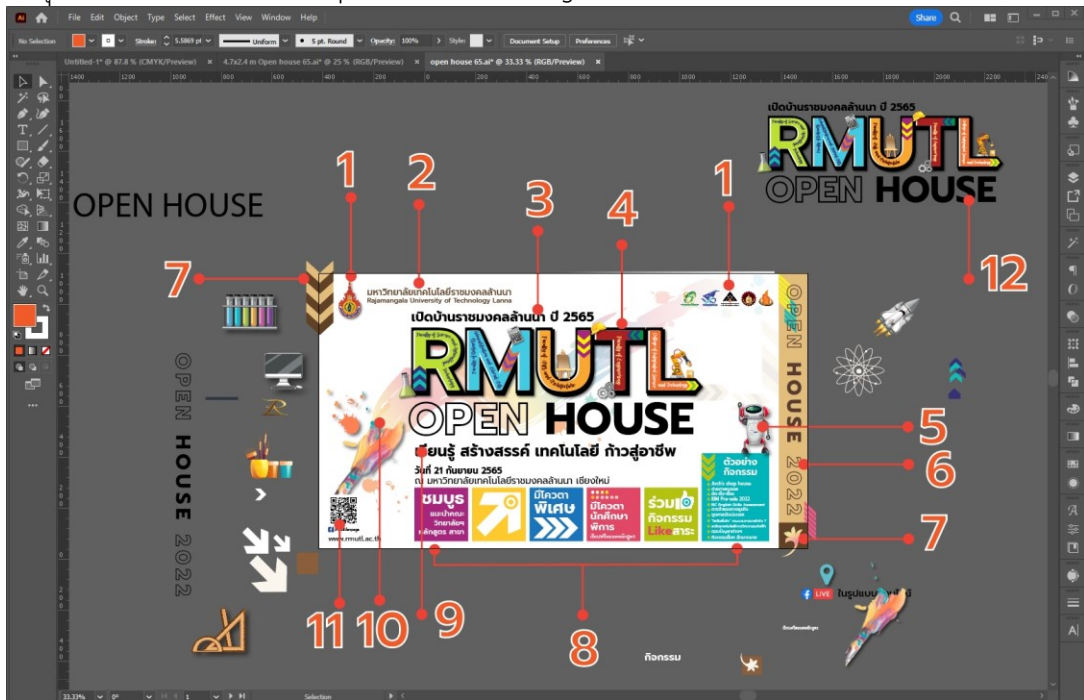
๔. รูปภาพตัวอย่างสี : การเลือกสีในการออกแบบมีส่วนสำคัญมากต่อภาพรวมของงานกราฟิกเป็นดังตัวชี้วัดถึงความสวยงามและน่าสนใจของตัวงานผู้ปฏิบัติงานจึงไม่ควรมองข้าม ถ้าหากมีสีที่เป็นสีหลักที่จะใช้ออกแบบอยู่แล้วก็ยังทำให้เลือกกลุ่มสีได้ง่ายขึ้น ในการเลือกกลุ่มสีที่ทำได้ง่ายก็คือการมองสีต่างๆ หรือสิ่งแวดล้อมรอบๆ ตัวนำมาถอดรหัสชุดสีที่ดูแล้วลงตัวออกมาโดยใช้เครื่องมือ  หรือ Eyedropper Tool (I) ดูดเลือกสีบนพื้นที่สีของภาพตัวอย่าง

๕. ชุดสีที่ได้จากรูปตัวอย่าง : เมื่อผู้ปฏิบัติงานคลิกที่เครื่องมือ Eyedropper Tool เมื่อเมาท์กลายเป็นรูปที่ดูดสีก็สามารถคลิกเมาท์ตรงพื้นที่สีนั้นๆ สีที่ถูกดูดจะโชว์อยู่กล่องเครื่องมือ Fill แล้วนำมาที่ไปคลิกที่รูป  Rectangle Tool (M) แล้วนำมาที่ไปคลิกบนพื้นที่ที่ต้องการสร้างโดยคลิกเมาท์ค้างไว้แล้วลากให้ได้รูปสี่เหลี่ยมตามต้องการ รูปสี่เหลี่ยมนั้นจะได้สีที่ดูดไว้จาก


ภาพตัวอย่าง ผู้ปฏิบัติงานจะสร้างรูปสี่เหลี่ยมก่อนดูสีก็ได้ แต่ผู้ปฏิบัติงานต้องคลิกเมาท์เลือกรูปสี่เหลี่ยมก่อนจึงเลือกเครื่องมือดูสีแล้วรูปสี่เหลี่ยมจะกลายเป็นสีที่ดูทันที

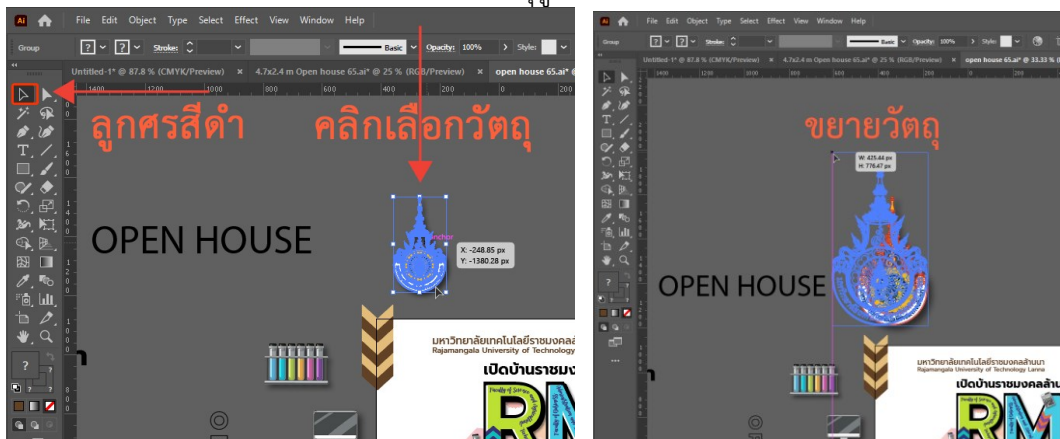
๖.๕ นำวัตถุ (Object) ที่เตรียมไว้มาจัดองค์ประกอบบน Artboard

การจัดองค์ประกอบงานออกแบบเราควรคำนึงถึงข้อจำกัดในงานก่อน เช่นการวางตำแหน่งของโลโก้พระมหาพิชัยมงกุฏ จะต้องวางตำแหน่งที่สูงที่สุดของงาน เป็นต้น และเมื่อเราได้งานออกแบบที่เกือบจะสมบูรณ์แล้วก็อาจจะเพิ่มความน่าสนใจขึ้นได้อีก คือการเพิ่มเงา(Shadow) วัตถุหรือการเพิ่มลวดลายจางๆ บนฉากหลัง (Background) ตามขั้นตอนดังนี้



ภาพประกอบที่ ๑๑๔ ภาพตัวอย่างการจัดองค์ประกอบบน Artboard

๑.วางตำแหน่งโลโก้หลัก : เนื่องจากข้อจำกัดของการวางตำแหน่งโลโก้ที่จะต้องอยู่ตำแหน่งที่สูงกว่าวัตถุอื่นๆ เราจึงมีตัวเลือกไม่มากนักจึงไม่เป็นปัญหาในการคิดสร้างสรรค์ จึงสามารถวางตำแหน่งไว้ก่อนได้แต่ก็ยังสามารถย้ายได้ตามความเหมาะสมในภายหลัง ผู้ปฏิบัติงานสามารถใช้เครื่องมือ  ในการย้ายวัตถุและย่อหรือขยายวัตถุได้ โดยการขยายวัตถุต่างๆนั้นควนกด Shift ที่คีย์บอร์ดด้วย เพื่อให้สัดส่วนของวัตถุถูกต้องไม่ผิดเพี้ยนไปจากเดิม



ภาพประกอบที่ ๑๑๕ ภาพตัวอย่างการย้ายวัตถุและย่อขยายวัตถุ

๒. วางตำแหน่งชื่อมหาวิทยาลัยคู่โลโก้หลัก : เมื่อมีการออกแบบงานที่ต้องสื่อสารกับบุคคลภายนอกผู้ปฏิบัติงานควรมีการวางชื่อของมหาวิทยาลัยควบคู่กับโลโก้หลักเสมอ

๓. ชื่องานที่เป็นภาษาไทย : ผู้ปฏิบัติงานควรวางในตำแหน่งคู่กับโลโก้ประจำงานเสมอ เพื่อให้ผู้อ่านเห็นและสามารถเข้าใจได้ทันที โดยการเลือกรูปแบบตัวอักษรที่เครื่องมือ **T** Type tool ใช้พิมพ์ตัวอักษรแล้วเลือกรูปแบบและขนาดที่แถบแทนควบคุม Character ตามรูปในแถบคำสั่งนี้

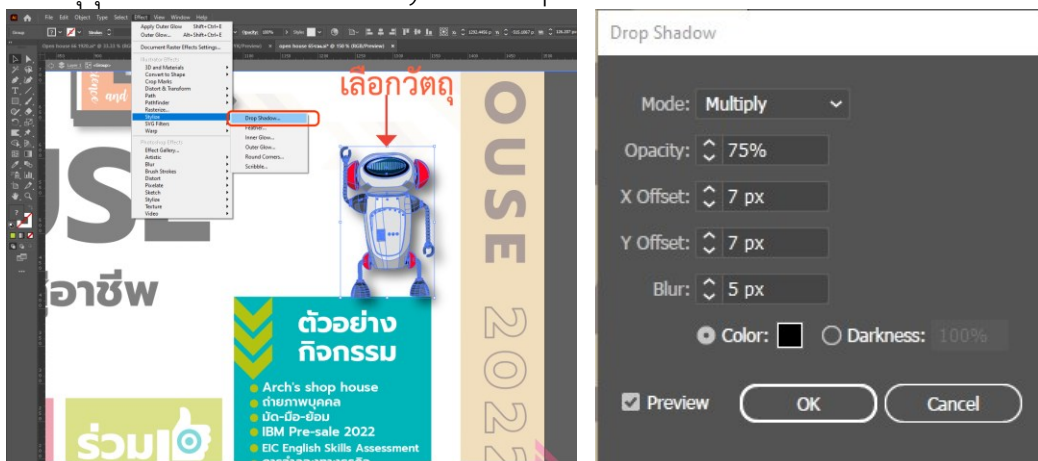


๔. โลโก้หลักของงาน Open House : มีการตกแต่งภายนอก Artboard แล้วทำการยกเข้ามาจัดวางใน Artboard โดยการเลือกฟอนต์ที่ต้องการและทำการครีเอทฟอนต์โดยการไปที่เมนูคำสั่ง Type > Create Outlines และตกแต่งสีเส้นตามสีประจำแต่ละคณะโดยใช้เครื่องมือ แล้วตกแต่งด้วยภาพประกอบที่เป็นอุปกรณ์การเรียน



ภาพประกอบที่ ๑๑๖ ภาพตัวอย่างการเลือกสีใน Default fill and stroke tool

๕. ภาพประกอบที่เป็นหุ่นยนต์ : ภาพหุ่นยนต์ที่ถูกเตรียมไว้แล้วให้ผู้ปฏิบัติงานได้คัดภาพหุ่นยนต์ให้เป็นพื้นหลังใสจากโปรแกรม Adobe Photoshop แล้วเซฟเป็นไฟล์นามสกุล psd หรือ png เพื่อให้เมื่อนำมาวางใน Adobe Illustrator แล้วมีพื้นหลังโปร่งใส ผู้ปฏิบัติงานสามารถสร้างความน่าสนใจให้วัตถุหุ่นยนต์ได้ด้วยการสร้างเงา จะทำให้หุ่นยนต์เด่นขึ้นมาโดยการคลิกเลือกที่ตัววัตถุหุ่นยนต์แล้วไปที่ Effect > Stylize > Drop Shadow แล้วปรับตั้งค่าของเงาตามต้องการ



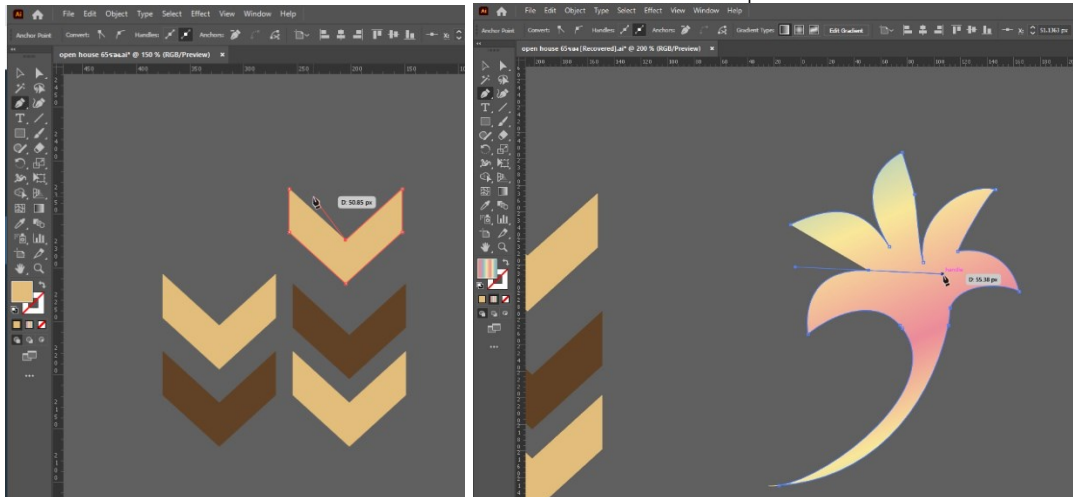
ภาพประกอบที่ ๑๑๗ ภาพตัวอย่างการเพิ่มเงาให้วัตถุ

๖. ชื่องานภาษาอังกฤษ : เนื่องจากโลโก้ของงานมีชื่อเป็นภาษาอังกฤษอยู่แล้วจึงเลือกใช้ชื่องานภาษาอังกฤษไว้สำหรับตกแต่งอักษรแนวตั้งไว้ด้านข้างเพื่อเป็นลูกเล่นเล็กให้มีความน่าสนใจ


๗. กราฟิกประกอบ ลูกขรและดอกป๊อป : เป็นสัญลักษณ์เล็กๆ ที่มีนัยสำคัญอีกสิ่งหนึ่งของมหาวิทยาลัย ที่ผู้ปฏิบัติงานควรมีเพราะจะทำให้ผู้พบเห็นได้สัมผัสและทราบว่านี่คือดอกไม้ประจำมทร.ล้านนา และการใช้ลูกขรจะเป็นการชี้แนะให้กลุ่มเป้าหมายสนใจสื่อที่เผยแพร่ตนเอง โดยกราฟิกประกอบนี้ผู้ปฏิบัติงานสามารถสร้างให้เป็นไฟล์เว็คเตอร์(Vector)ได้ด้วยการใช้เครื่องมือ





Pen tool สร้างเส้นด้วยการคลิกที่เครื่องมือแล้วคลิกลากตามจุดที่ต้องการ





ภาพประกอบที่ ๑๑๘ ภาพตัวอย่างการไฟล์เว็คเตอร์ได้ด้วยการใช้เครื่องมือ Pen tool สร้างเส้น

๘. กราฟิกตัวอักษรคำโปรย : เป็นกิจกรรมต่างๆ ที่มีในงาน Open House ผู้ปฏิบัติงานควรเลือกกิจกรรมที่หน้าสนใจมาทำให้เด่นขึ้นอีกโดยการสร้างวัตถุสี่เหลี่ยมที่ให้สีสันสดใสรองพื้นให้ตัวอักษรเด่นขึ้นมา โดยการสร้างจาก  คลิกที่ Basic shape tool แล้วลากสร้างได้ตามขนาดที่ต้องการ

๙. จัดวางตำแหน่งตัวอักษรคำโปรย : ชุดข้อความที่เตรียมไว้แล้วก็ต้องนำมาหาตำแหน่งจัดวางที่เหมาะสมในการจัดวางแนวของอักษรที่มีรูปแบบจะทำให้งานออกแบบดูสวยงามเป็นระเบียบยิ่งขึ้นด้วย Align Panel  ที่มีการจัดวางแนวหลายรูปแบบตามลักษณะของสัญลักษณ์

๑๐. ฉากพื้นหลังและลวดลายฉากหลัง (Background): เป็นสิ่งแรกที่เรามาสร้างก่อนเพราะเป็นเหมือนโครงสร้างหลักที่จะทำให้มองเห็นภาพรวมของงาน ในการสร้างฉากหลังเราจะใช้เครื่องมือ  Rectangle Tool (M) คลิกลากเส้นจากมุมหนึ่งไปยังอีกมุมหนึ่งให้เต็มพื้นที่บน Artboard แล้วเลือกสีที่ต้องการ

ลวดลายฉากหลัง : สามารถเลือกได้หลายรูปแบบ แต่จะขอยกตัวอย่างเทคนิคการทำตามภาพตัวอย่าง คือการใช้เครื่องมือ  Paintbrush Tool (B) วาดเป็นรูปสี่จากฟู่กันตามลักษณะที่ต้องการแล้วเลือกใช้สีแบบไล่สีหลายสีแบบสีรุ้งโดยใช้เครื่องมือ  Gradient tool

๑๑. QR Code และช่องทางติดต่อกลับ : เมื่อผู้ปฏิบัติงานเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ควรมีช่องทางที่ให้กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ที่สนใจกิจกรรมนั้นได้ติดต่อกลับ เพราะจะทำให้เกิดการสื่อสารระหว่างกันเกิดขึ้น

๑๒. โลโก้ต้นแบบของงานที่คัดลอกไว้ : โลโก้ของงานเป็นตัวสำคัญ เมื่อผู้ปฏิบัติงานออกแบบจนได้โลโก้ที่ถูกต้องแล้วควรคัดลอกไว้ก่อนเพื่อว่าโลโก้ที่ได้นำไปจัดวางและตกแต่งแล้วรกเกินไปจะได้นำโลโก้ต้นแบบมาแก้ไขได้



ภาพประกอบที่ ๑๑๕ ภาพตัวอย่างงานป้าย Open House ที่วางลงตัวเรียบร้อยแล้ว

เมื่อผู้ปฏิบัติงานทำการออกแบบงานป้ายได้สำเร็จเรียบร้อยแล้ว ให้ผู้ปฏิบัติงานทำการบันทึกไฟล์งานทันทีโดยการเลือกคำสั่ง File>Save งานออกแบบที่เสร็จเรียบร้อยแล้วอาจจะเห็นว่า มีวัตถุที่มีส่วนเลยจากพื้นที่ Artboard ออกมาบ้างก็ไม่ต้องกังวลผู้ปฏิบัติงานสามารถ Make Clipping Mask งานทั้งหมดได้เพื่อให้ดูเรียบร้อย หรือหากไม่ใช่ Make Clipping Mask เมื่อเรา Export File โดยเลือก Use Artboards ภาพที่ได้จะแสดงผลภาพในพื้นที่ Artboards เท่านั้น

ปัญหา : ที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการออกแบบในโปรแกรม Adobe Illustrator

๑. แถบ Tool Bar หายในขณะที่ยังปฏิบัติงานอยู่ หรือแถบอุปกรณ์ทั้งหมดหายไปทำให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความกังวลใจ
๒. ผู้ปฏิบัติงานไม่สามารถที่จะแก้ไขจุด Vector ของวัตถุที่สร้างไว้แล้วได้
๓. ผู้ปฏิบัติงานเกิดปัญหาขณะทำงานออกแบบที่อยู่ๆ งานทั้งหมดก็แสดงภาพงานเป็นลายเส้น Outline สีดำปรากฏแทนภาพงาน

แนวทางแก้ไขปัญหา :

๑. เมื่อผู้ปฏิบัติงานกำลังปฏิบัติงานอยู่แล้วแถบ Tool Bar หรือแถบอุปกรณ์ทั้งหมดหายไป แสดงว่าผู้ปฏิบัติงานนั้นได้ทำการคลิกที่ปุ่ม Tab ที่ Keyboard โดยที่ไม่รู้ตัวนั่นเอง ให้ผู้ปฏิบัติงานกดปุ่ม Tab ที่ Keyboard ซ้ำอีกครั้ง เพราะว่าปุ่ม Tab ในโปรแกรม Illustrator นั้นจะเป็นคำสั่ง เปิด/ปิด แถบ Tool Bar นั่นเอง

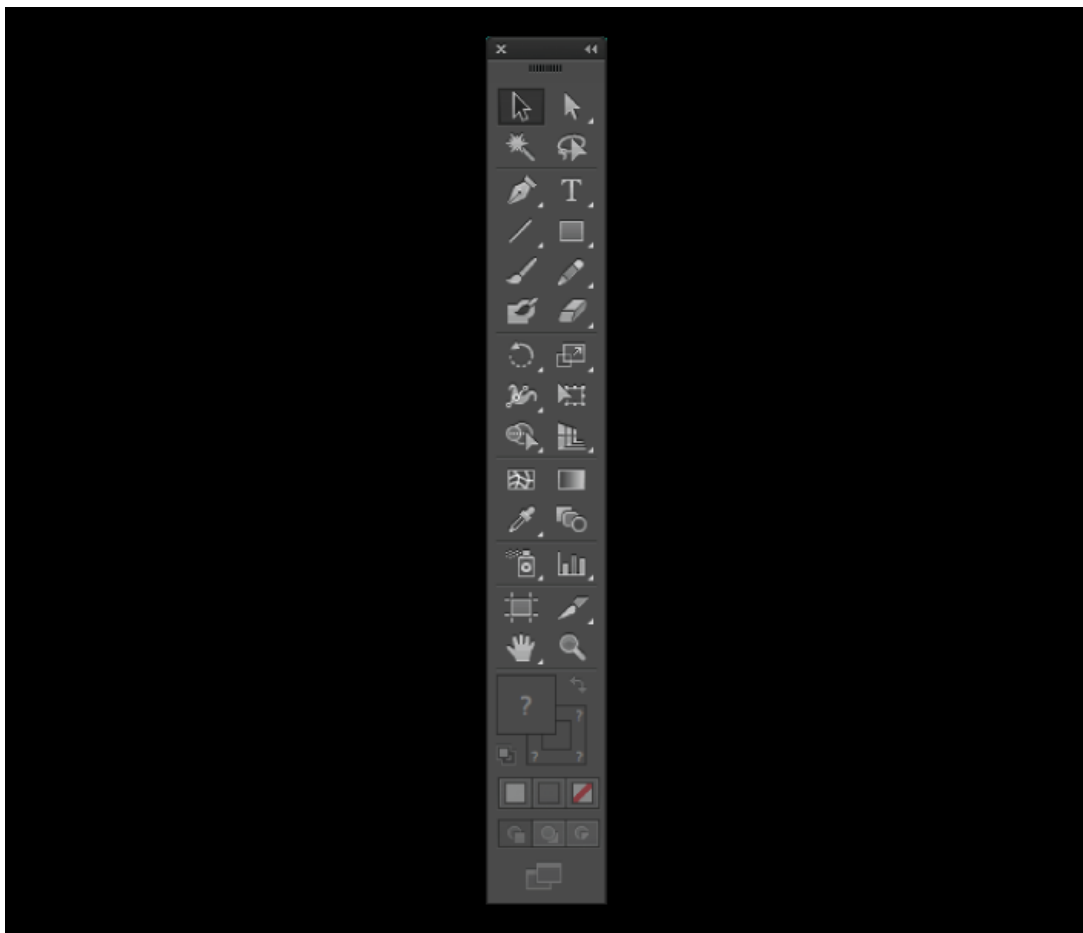
๒. หากผู้ปฏิบัติงานเกิดเหตุการณ์ไม่สามารถที่จะแก้ไขจุด Vector ของวัตถุที่สร้างไว้แล้ว ได้นั้นเป็นเพราะอาจไปกดโดนคำสั่ง Ctrl แล้วตามด้วยกดปุ่ม H เท่ากับการใช้คำสั่งล็อคจุด Vector ไว้นั่นเอง Ctrl + H เป็นคีย์ลัดในการใช้คำสั่ง เปิด/ปิด ล็อคจุด Vector เมื่อเกิดการล็อคแล้วให้ ผู้ปฏิบัติงานกดคีย์ลัด Ctrl + H ซ้ำอีกครั้งจะเป็นการปลดล็อคทันที

๓. ในการแก้ไขปัญหาคือผู้ปฏิบัติงานเกิดปัญหาขณะทำงานออกแบบที่อยู่ๆ งานทั้งหมดก็แสดงภาพงานเป็นลายเส้น Outline สีดำปรากฏแทนภาพงานนั้น มีอยู่ด้วยกัน ๒ กรณี คือ กรณีที่ ๑ ผู้ปฏิบัติงานกดไปโดนคีย์ลัดคำสั่งแสดง Outline ในกรณีนี้ให้ผู้ปฏิบัติงานกดคำสั่งคีย์ลัด Ctrl +

Y จะทำให้ภาพกลับมาแสดงผลเช่นเดิม แต่สำหรับในกรณีนี้ที่ ๒ คือเมื่อผู้ปฏิบัติงานกดคำสั่งคีย์ลัด Ctrl + Y แล้วไม่ปรากฏภาพดังเดิมนั้นแสดงว่าโปรแกรมไม่สามารถประมวลผลเป็นภาพสมบูรณ์ได้ จึงแสดงเป็นเส้น Outline แทน ให้ผู้ปฏิบัติงานทำการลบบัตถุในงานที่ไม่ได้ใช้ออกแบบแล้วทิ้งให้หมดแล้วทำการกดคำสั่งคีย์ลัด Ctrl + Y อีกครั้งจะทำให้โปรแกรมกลับมาประมวลผลได้และปรากฏเป็นภาพงานปกติดังเดิม

ข้อเสนอแนะ :

ในการปฏิบัติงานออกแบบในโปรแกรม Adobe Illustrator นั้นการใช้คำสั่งคีย์ลัดต่างๆ เพื่อให้มีการปฏิบัติงานที่รวดเร็วยิ่งขึ้นแต่หารเป็นผู้ปฏิบัติงานใหม่ที่ยังไม่มีประสบการณ์มาก อาจมีปัญหาในการกดแป้นพิมพ์คีย์บอร์ดพร้อมกันโดยบังเอิญจนกลายเป็นคีย์ลัดของโปรแกรมแล้วเกิดการกระทำบางอย่างในขณะที่ทำงานและไม่รู้จะแก้ไขได้อย่างไร แนะนำให้ผู้ปฏิบัติงานสังเกตเมื่อใช้คำสั่งที่แถบเมนูคำสั่ง (Menu Bar) ในแต่ละคำสั่งที่มีคีย์ลัด เมื่อผู้ปฏิบัติงานเลือกที่คำสั่งที่ต้องการ ด้านหลังชื่อคำสั่งแต่ละอันจะมีคีย์ลัดระบุไว้ด้วย เมื่อผู้ปฏิบัติงานมีประสบการณ์เพิ่มขึ้นในการออกแบบงานจะทำให้สามารถจดจำคีย์ลัดเหล่านี้ได้ และยังมีคีย์ลัดที่ยังสามารถเรียกใช้เครื่องมือในกล่อง Tool Box ได้อีกด้วยดังภาพตัวอย่าง



ภาพประกอบที่ ๑๒๐ ภาพตัวอย่างคีย์ลัดที่เรียกใช้เครื่องมือใน Tool Box

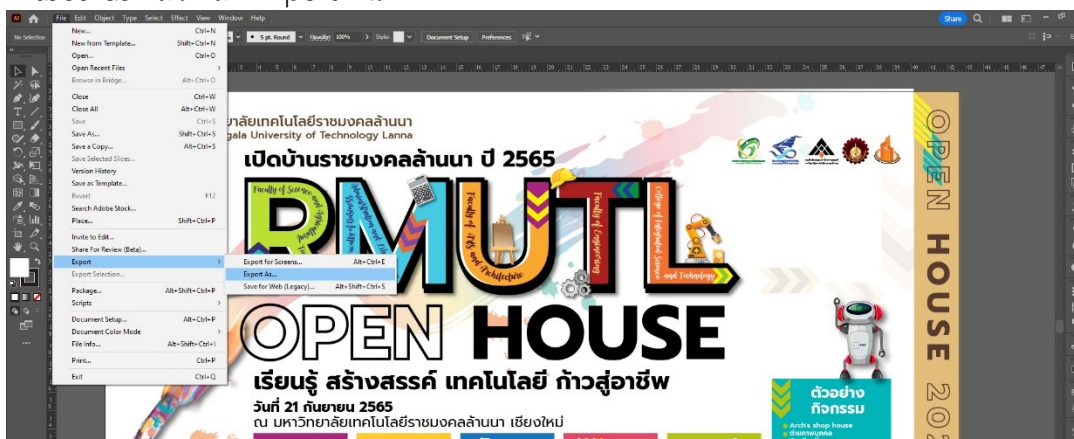
ขั้นตอนที่ ๕ การส่งออกไฟล์งาน(Export file)

๑.การส่งออกไฟล์ (Export File)

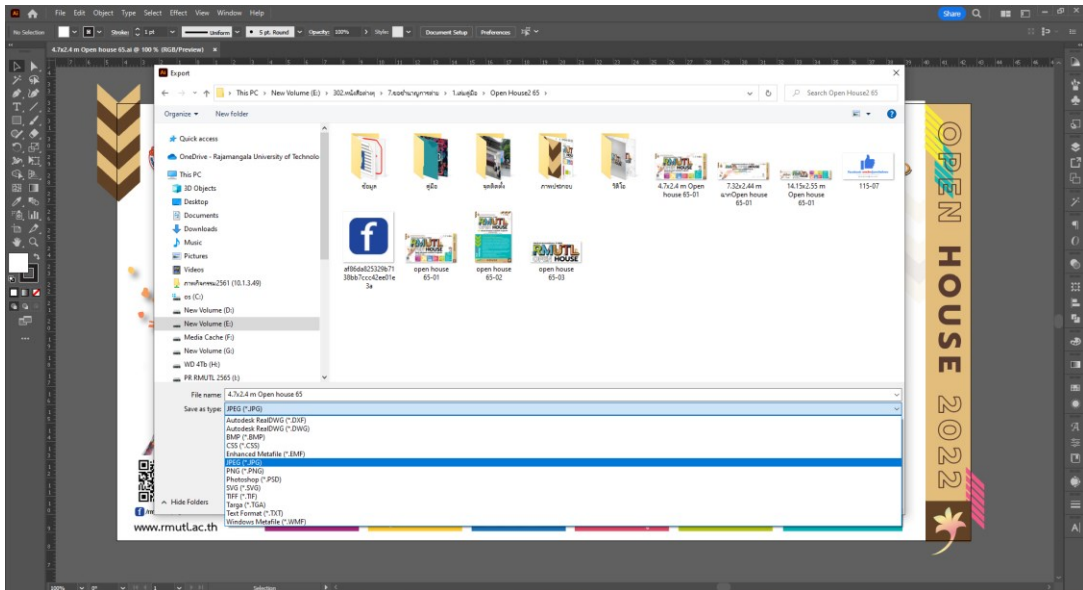
งานที่ออกแบบสำเร็จแล้วและจะนำไปผลิตและเผยแพร่ในการออกแบบเพื่อผลิตเป็นสื่อรูปแบบต่างๆ นั้นมีหลากหลายแบบแต่สำหรับงานพิมพ์ที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทป้ายไวนิลนั้น ผู้ปฏิบัติงานควรเลือกใช้ที่มีวิธีทำเพียง ๓ รูปแบบเพื่อนำไปใช้งานต่างๆ ได้แก่ ไฟล์ JPEG PDF และ TIFF แต่สำหรับในงานพิมพ์ที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทอื่น คือ การออกแบบและนำออกไฟล์สำหรับงานพิมพ์อิงค์เจ็ท (Inkjet Printing) การออกแบบและนำออกไฟล์ สำหรับงานพิมพ์ออฟเซ็ท (Offset Printing) และพิมพ์ดิจิทัล (Digital Printing) ก็มีวิธีใช้ไฟล์การส่งออกงานพิมพ์ที่แตกต่างกันตามรูปแบบประเภทงานพิมพ์ รวมถึงการออกแบบและส่งออกไฟล์สำหรับออกจอแสดงผลต่างๆ ในรูปแบบไฟล์ดิจิทัล ที่ในการออกแบบนั้นเรายังสามารถออกแบบในครั้งเดียวแล้วส่งไฟล์ออกได้หลายรูปแบบโดยที่ไม่ต้องออกแบบใหม่ แต่จะต่างกันตรงที่ค่าความละเอียดของงานที่อาจต้องปรับตามรูปแบบของสื่อที่ต้องการเท่านั้น

๒. การส่งออกไฟล์งานออกแบบ (Export File) สำหรับสำหรับนำเสนองาน

การส่งออกไฟล์งานในรูปแบบนี้คือการส่งออกไฟล์งานในรูปแบบของ JPEG File เพราะเป็นไฟล์ที่สามารถเปิดได้ทุกอุปกรณ์ JPEG ย่อมาจาก Joint Photographic Experts Group คือชื่อของกลุ่มผู้สร้างไฟล์แบบนี้ขึ้นมา โดยปัจจุบันไฟล์ภาพที่เป็น JPEG แพร่หลายใช้กันอย่างมากทั้งในอินเทอร์เน็ต และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อย่างคอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน หรืออุปกรณ์อื่นอีกมากมายที่สามารถรองรับการเปิดรูปภาพได้ รูปแบบแฟ้ม JPEG นี้นิยมใช้กันมาก โดยเฉพาะภาพถ่าย เนื่องจากสามารถเก็บความละเอียดสูง (High Pixel) ได้โดยใช้ขนาดไฟล์ที่เล็ก ข้อดีของกราฟฟิกชนิดนี้คือ มันสามารถ แสดงสีได้สูงสุดถึง ๑๖.๗ ล้านสี อย่างไรก็ตามภาพแบบ JPEG จะมีการสูญเสียรายละเอียด บ้างซึ่งเป็นผลจากการบีบอัดข้อมูล (Compression) เพื่อลดขนาดภาพให้มีความไม่ใหญ่จนเกินไป กราฟฟิกชนิด JPEG เหมาะสำหรับใช้แสดงภาพถ่ายที่มีสีสันมาก และต้องการประหยัดเนื้อที่ในการเก็บ โดยทั่วไปจะใช้สำหรับจัดเก็บภาพถ่ายดิจิทัลและใช้โดยกล้องดิจิทัลส่วนใหญ่เพื่อบันทึกรูปภาพ ไฟล์ JPG เป็นไฟล์ภาพที่พบบ่อยที่สุด โดยมีวิธีทำคือเปิดเมนู File > Export > Export As และเลือกประเภทเป็น JPEG พร้อมกับคลิกเลือกในช่อง Use Artboards แล้ว คลิก Export ทันที

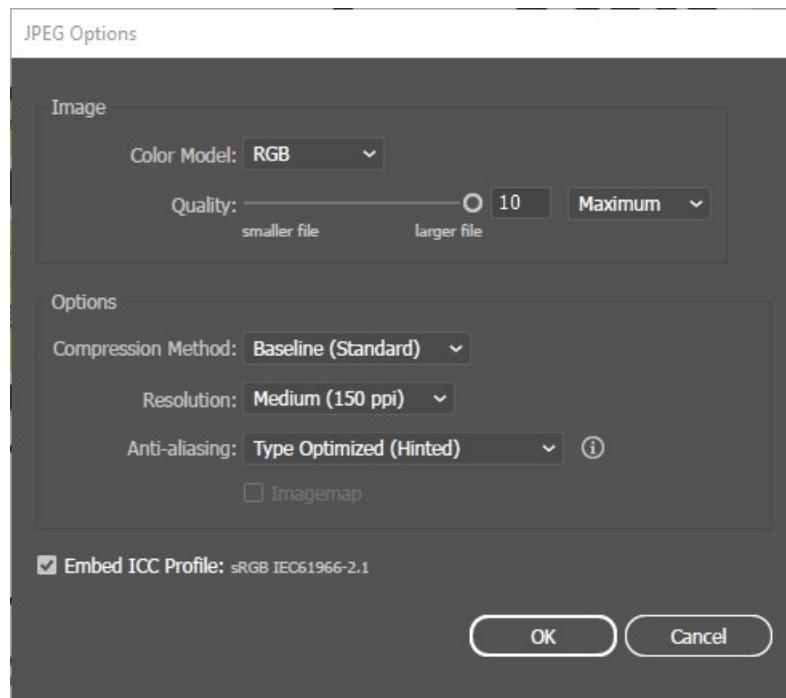


ภาพประกอบที่ ๑๒๑ ภาพตัวอย่างการเข้าไปที่ Export As



ภาพประกอบที่ ๑๒๒ ภาพตัวอย่างการ Export File โดยการเลือกไฟล์ jpeg

เมื่อมีการคลิกที่ปุ่ม Export จะมีการขึ้นหน้าต่าง JPEG Options ให้ตั้งค่าการ Export ผู้ปฏิบัติงานควรปรับค่าในช่อง Color Model ให้เป็นค่าสี RGB และปรับ Resolution ให้เป็นค่า ๑๕๐ ppi ในการเลือกค่าสี RGB เพราะเป็นค่าแสดงผลหน้าจอที่เมื่อมองดูแล้วก็เสมือนงานจริงที่จะผลิต ผู้ปฏิบัติงานสามารถใช้ไฟล์นี้เพื่อส่งให้ผู้บังคับบัญชาและผู้เกี่ยวข้องทั้งหมดดูและตรวจสอบงานผ่านช่องทางออนไลน์ได้ทันทีโดยไม่ต้องพิมพ์งานให้เสียเวลาและเสียทรัพยากรเพิ่มขึ้น และหากผู้ปฏิบัติงานต้องการพิมพ์ไฟล์งานนี้เพื่อนำเสนอแก่ผู้บังคับบัญชาให้ตรวจสอบสีที่มีความเสมือนงานจริงก็สามารถใช้ไฟล์นี้ได้เช่นกัน



ภาพประกอบที่ ๑๒๓ ภาพตัวอย่างการตั้งค่าไฟล์ jpeg



มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
Rajamangala University of Technology Lanna

เปิดบ้านราชมงคลล้านนา ปี 2565

RMUTL
Faculty of Science and Technology
Faculty of Business Administration
Faculty of Information Technology
Faculty of Computer Engineering
Faculty of Engineering and Technology

OPEN HOUSE

เรียนรู้ สร้างสรรค์ เทคโนโลยี ก้าวสู่อาชีพ

วันที่ 21 กันยายน 2565
ณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่

ชมบุ๋ม และนำคณะ วิทยาลัยฯ หลักสูตร สาขา

มีโควตา พิเศษ

มีโควตา บัณฑิตฯ พิเศษ เรียนฟรีตลอดหลักสูตร

ร่วมใจ กิจกรรม Likeสาระ

ตัวอย่าง กิจกรรม

- Arch's shop house
- นิทรรศการ
- Mini-Expo
- IBM Pre-sale 2022
- EC English Skills Assessment
- นิทรรศการงานวิจัย
- จุดขายเป็นไปรษณีย์
- "ใจดีไม่มีขาย" กิจกรรมรณรงค์ 7
- ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมสินค้า
- ชมอินโฟกราฟิก
- กิจกรรมอื่น อีกมากมาย

www.rmutil.ac.th

ภาพประกอบที่ ๑๒๔ ภาพตัวอย่างการ Export File งานที่ออกแบบสำเร็จแล้วในรูปแบบของ JPEG File

๓. การส่งออกไฟล์งานออกแบบ (Export File) สำหรับงานพิมพ์ป้ายไวเนล

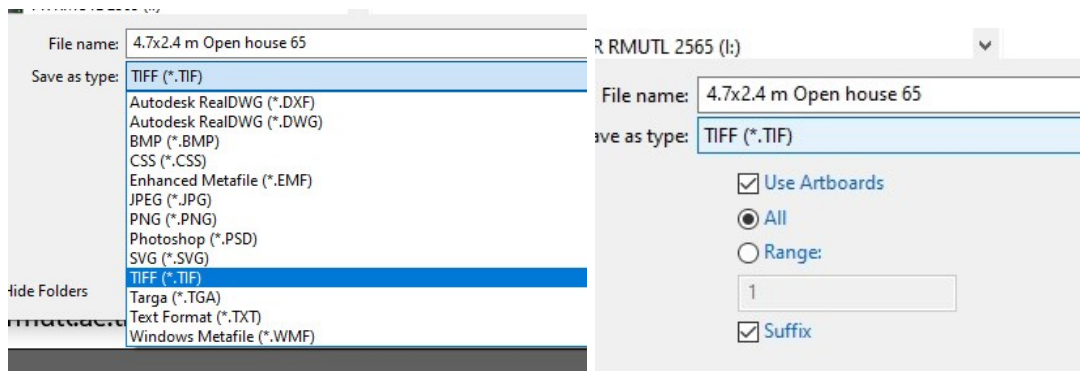
ในการส่งออกไฟล์งานที่จะส่งไปโรงพิมพ์นั้นผู้ปฏิบัติงานสามารถส่งออกไฟล์ได้ ๒ รูปแบบ คือ TIFF File และ PDF File เพื่อส่งไปยังโรงพิมพ์ให้ผลิตงานพิมพ์ เพราะไฟล์เหล่านี้จะทำให้ได้งานพิมพ์ที่มีคุณภาพและเกิดข้อผิดพลาดหรือไฟล์งานเสียหายของไฟล์เมื่อส่งไปยังโรงพิมพ์น้อยที่สุด

๓.๑ การส่งออกไฟล์งานในรูปแบบ TIFF File

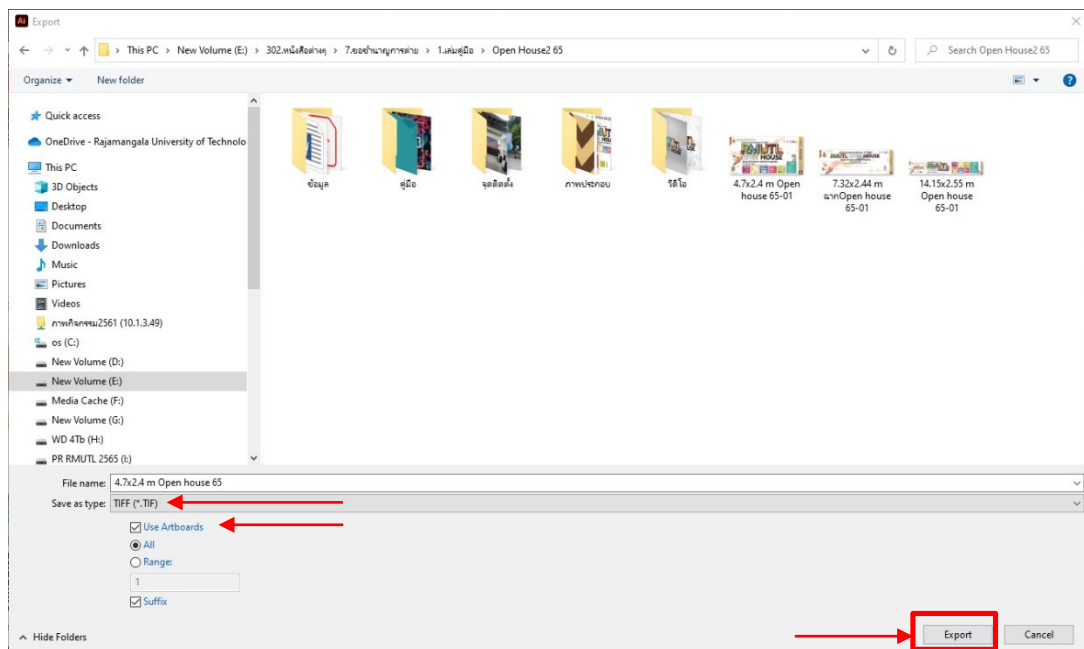
TIFF ซึ่งย่อมาจาก Tag Image File Format เป็นไฟล์คอมพิวเตอร์ที่ใช้เพื่อเก็บข้อมูลกราฟิกและรูปภาพราสเตอร์ การใช้ไฟล์ TIFF ซึ่งเป็นที่นิยมในหมู่ช่างภาพนั้นเป็นวิธีการที่สะดวกในการจัดเก็บรูปภาพคุณภาพสูงก่อนทำการแก้ไขรูปภาพ หากคุณต้องการหลีกเลี่ยงการใช้รูปแบบไฟล์ที่ทำให้เกิดการสูญเสียข้อมูลระหว่างบีบอัด ไฟล์ TIFF จะมีนามสกุลเป็น .tiff หรือ .tif เป็นรูปแบบการบีบอัดไฟล์ที่ไม่ทำให้ข้อมูลสูญหาย ซึ่งหมายความว่าไฟล์จะมีขนาดใหญ่กว่ารูปแบบอื่นๆ แต่คุณภาพของรูปภาพจะไม่ลดลง สามารถใช้งานได้กับทั้ง Windows, Linux และ macOS TIFF อาจไม่ใช่ไฟล์ที่มีขนาดเล็กที่สุด แต่ก็ยังเป็นรูปแบบที่ช่วยให้ผู้ใช้สามารถแทรกข้อมูลเพิ่มเติมสำหรับรูปภาพ เช่น เลเยอร์เพิ่มเติม ได้ นอกจากนี้ ไฟล์ประเภทนี้ยังสามารถใช้งานร่วมกับซอฟต์แวร์แก้ไขรูปภาพเช่น Adobe Photoshop ได้อีกด้วย

เมื่อออกแบบงานพิมพ์ป้ายขนาดใหญ่เสร็จเป็นที่เรียบร้อยแล้ว สิ่งที่ผู้ปฏิบัติงานควรทำต่อจากนั้นคือการ Export File สำหรับงานพิมพ์อิงค์เจ็ท (Inkjet Printing) เนื่องจากงานพิมพ์อิงค์เจ็ทที่เป็นไฟล์ขนาดใหญ่มักจะมีปัญหาเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ที่ประมวลผลช้าในขณะที่ออกแบบ ผู้ปฏิบัติงานจึงต้องย่อขนาดงานให้เล็กลง เพื่อการออกแบบงานที่เร็วยิ่งขึ้น เมื่อเลือกใช้มาตราส่วน ๑:๑๐ นั่นก็แสดงว่าผู้ปฏิบัติงานจะต้อง Export File ที่มีความละเอียดสูงที่สุดเท่าที่จะทำได้โดยการ Export เป็น TIFF File ซึ่งเหมาะกับงาน Commercial Print หรือที่เรียกว่างานพิมพ์เชิงพาณิชย์นั่นเอง วิธีทำคือเปิดเมนู File > Export > Export As และเลือกประเภทเป็น TIFF พร้อมกับคลิกเลือกในช่อง Use Artboards จะมีหน้าต่าง TIFF Option แสดงขึ้นมาเพื่อทำการตั้งค่าต่างๆ ตามภาพ ให้เลือก Color Model เป็น CMYK ส่วนถ้าเลือก LZW จะทำให้มีการบีบอัดไฟล์งาน หากไม่

สามารถ Export ได้ให้เลือกค่า Resolution ลดน้อยลงเรื่อยๆ จนกว่าจะ Export File ได้สำเร็จ และหลังจากนั้นเราต้องนำไฟล์ไปปรับค่าจริงของงานในโปรแกรม Photoshop อีกครั้ง



ภาพประกอบที่ ๑๒๕ ภาพตัวอย่างการ Export File โดยการเลือกไฟล์ TIFF



ภาพประกอบที่ ๑๒๖ ภาพตัวอย่างหน้าต่างการ Export งานที่ออกแบบสำเร็จแล้ว



ภาพประกอบที่ ๑๒๗ ภาพตัวอย่างระหว่างการ Export งานที่ออกแบบสำเร็จแล้ว

หลังจากที่ได้ Export เป็นไฟล์ TIFF เรียบร้อยแล้วจึงเปิดงานในโปรแกรม Photoshop เพื่อที่จะคืนค่าขนาดงานให้เท่าจริงก่อนที่จะส่งเข้าโรงพิมพ์ โดยการไปที่ Image > Image Size บนแถบเมนูควบคุม เมื่อปรากฏหน้าต่างดังภาพก็กรอกค่าขนาดของงานจริง และ เลือก Resolution

เพียง ๑๕๐ ppi เท่านั้น แล้วจึง Save งาน เพราะในงานพิมพ์ป้ายขนาดใหญ่ไม่ได้ต้องการความละเอียดมากเช่นงานพิมพ์ในระบบออฟเซ็ท (Offset Printing)

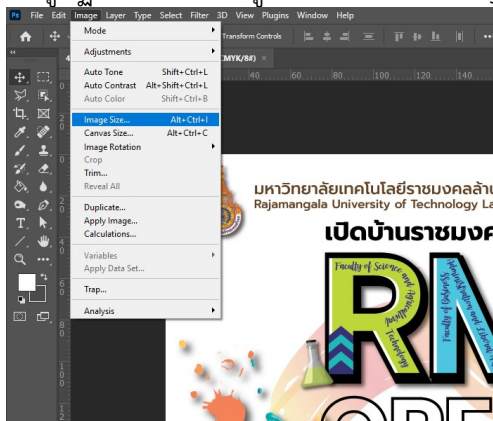


ภาพประกอบที่ ๑๒๘ ภาพตัวอย่างงานออกแบบที่ Export เป็น TIFF File

เมื่อผู้ปฏิบัติงานได้ทำการ Export เป็น TIFF File เป็นที่เรียบร้อยแล้วให้นำไฟล์ TIFF ไปเปิดในโปรแกรม Adobe Photoshop ที่มีสัญลักษณ์ Icon รูป Ps โดยการคลิกที่ File>Open>แล้วเลือกไฟล์ตามชื่อที่ผู้ปฏิบัติงานได้ตั้งบันทึกไว้จะได้ดึงภาพประกอบที่ ๑๒๙

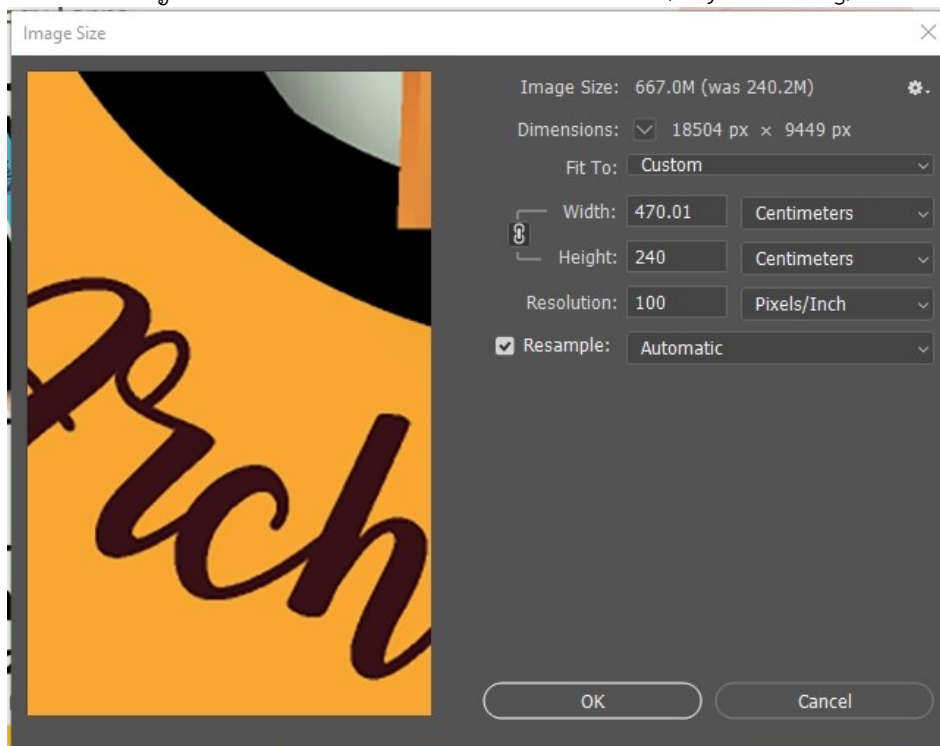


ภาพประกอบที่ ๑๒๙ ภาพตัวอย่างการเปิดไฟล์ TIFF ในโปรแกรม Adobe Photoshop เมื่อมีการเปิดไฟล์งานขึ้นมาแล้วให้ผู้ปฏิบัติงานไปที่เมนูแถบคำสั่งเลือก Image> Image Size



ภาพประกอบที่ ๑๓๐ ภาพตัวอย่างการตั้งค่าขนาดของไฟล์งาน TIFF ในโปรแกรม Adobe Photoshop

ภาพของหน้าต่างการตั้งค่าขนาดของงานจะปรากฏขึ้นและให้ผู้ปฏิบัติงานทำการตั้งค่าให้เป็นขนาดจริงทั้งด้านกว้างและด้านยาว โดยที่ช่อง Resample เพื่อไม่ให้ค่า Resolution ไหลไปตามการตั้งค่าขนาดไฟล์งาน ผู้ปฏิบัติงานควรตั้งค่า Resolution ที่ ๑๐๐-๑๕๐ dpi เท่านั้นเพื่อให้ไฟล์งานมีขนาดใหญ่จนเกินความจำเป็นสำหรับการพิมพ์อิงค์เจ็ท (Inkjet Printing)

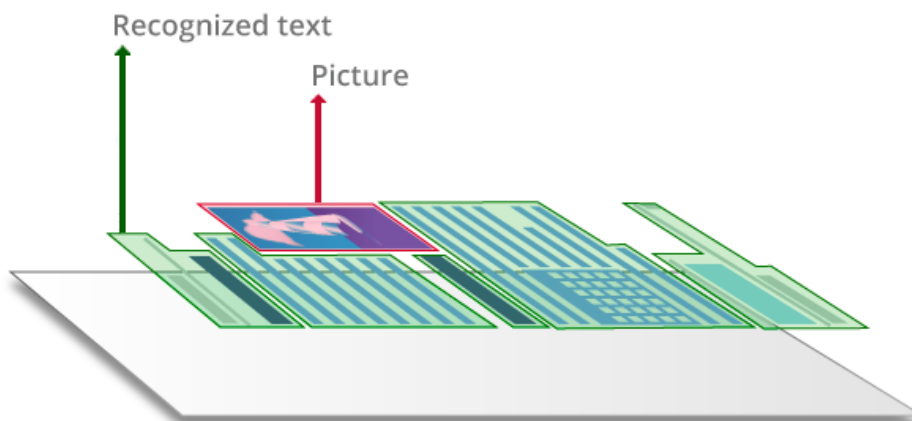


ภาพประกอบที่ ๑๓๑ ภาพตัวอย่างการตั้งค่าขนาดของไฟล์งาน TIFF ก่อนส่งพิมพ์

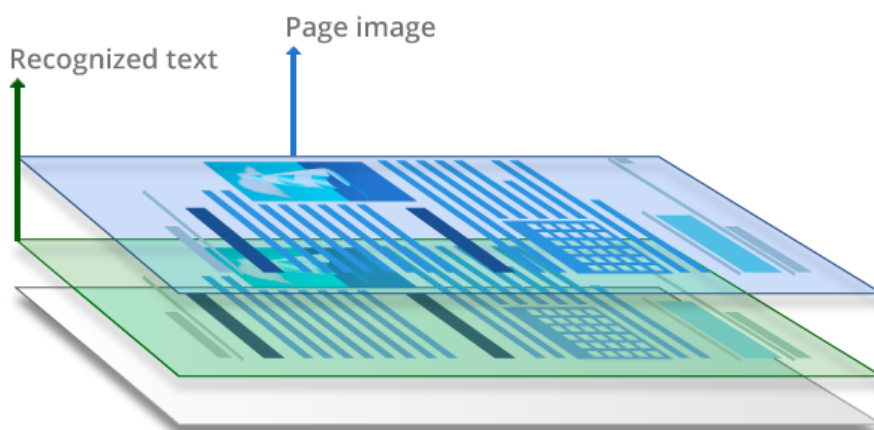
๓.๒ การส่งออกไฟล์งานในรูปแบบ PDF File

PDF ย่อมาจาก "The Portable Document Format" แปลความหมายตรงตัวว่าฟอร์แมตเอกสารพกพาได้ ส่วนหนึ่งมาจากขนาดไฟล์ที่เล็กจนส่งต่อได้ง่าย ๆ เพราะไฟล์ PDF เกิดจากการรวมตัวของไฟล์หลายประเภท และมันได้ถูกบีบอัดจนเป็นไฟล์ๆ เดียวที่มีขนาดเล็กนั่นเอง ไฟล์เอกสาร PDF ต้องผ่านกระบวนการที่มองไม่เห็นด้วยตา เนื่องจากไฟล์ PDF ล้วนเกิดจากการแปลงไฟล์สกุลต่าง ๆ ที่หลากหลาย เช่น โปรแกรม Microsoft Word, Microsoft Excel หรือแม้แต่ เว็บแอปพลิเคชันอย่าง Google Docs, Google Sheets หรือบางคนใช้วิธีการแปลงไฟล์ผ่านเว็บไซต์และโปรแกรมต่าง ๆ ซึ่งในไฟล์ PDF ประกอบไปด้วยส่วนต่าง ๆ ดังนี้

๑. โครงสร้างของไฟล์ PDF และกราฟิกในไฟล์เกิดจากการเขียน Description ผ่าน PostScript
๒. ฟอนต์ในไฟล์ PDF จะเป็นการฝังลงในไฟล์โดยตรง จึงทำให้ไม่สามารถแก้ไขข้อความใด ๆ ได้
๓. ระบบจัดเก็บข้อมูลต่าง ๆ ในไฟล์ PDF เป็นการรวมทั้งโครงสร้างและไฟล์ต่าง ๆ ที่นำมาประกอบให้เป็นหนึ่งเดียว โดยจะมีการบีบอัดข้อมูลตามความเหมาะสม



ภาพประกอบที่ ๑๓๒ ตัวอย่างไฟล์ PDF ที่ประกอบด้วยข้อความและรูปภาพแบบเฉพาะส่วน
(แหล่งที่มา : <https://pdf.abbyy.com/learning-center/pdf-types/>)



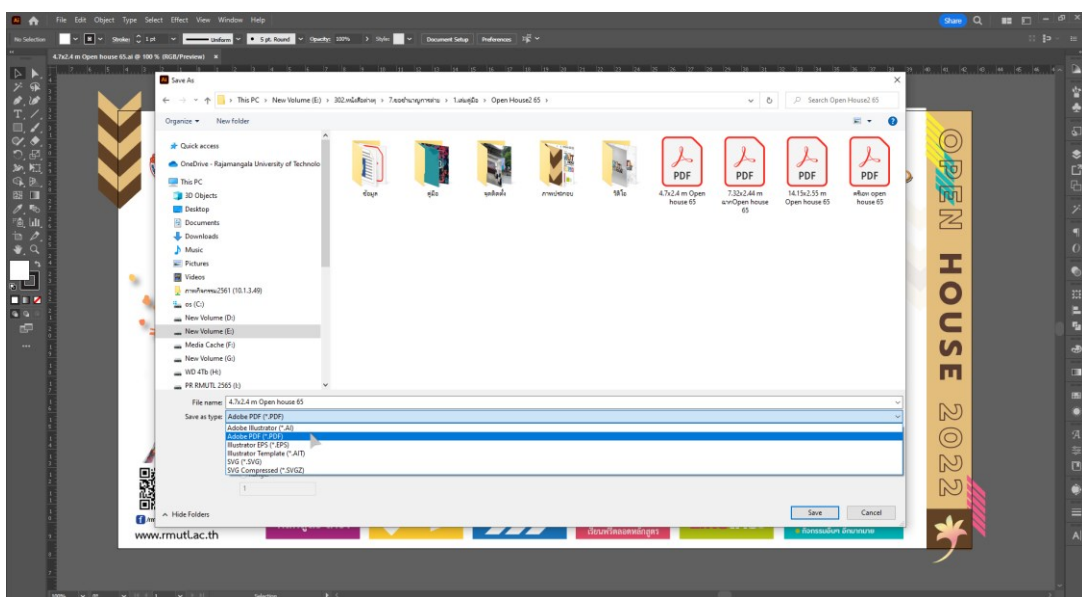
ภาพประกอบที่ ๑๓๓ ตัวอย่างไฟล์ PDF ที่ประกอบด้วยข้อความและหน้ารูปภาพทั้งแผ่น
(แหล่งที่มา : <https://pdf.abbyy.com/learning-center/pdf-types/>)

ส่วนประกอบของไฟล์ PDF

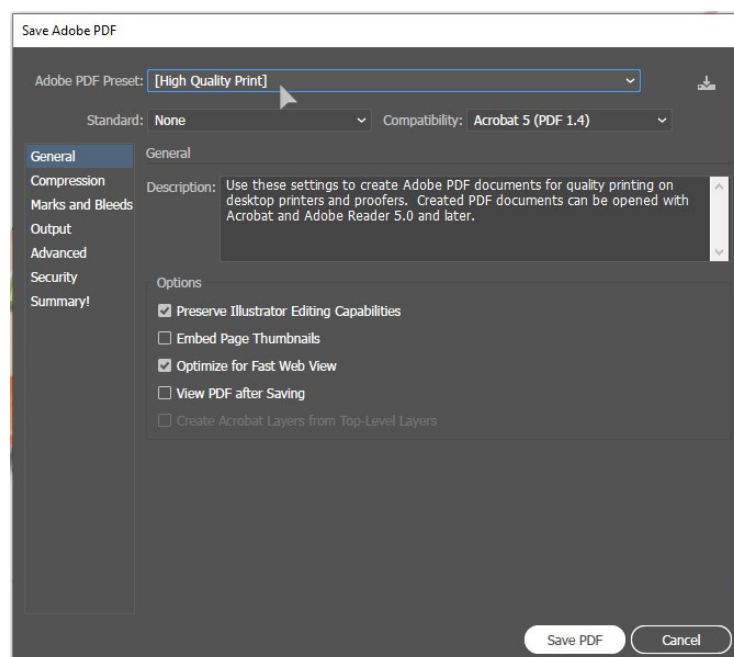
- ข้อความที่ถูกจัดเก็บเป็นการสตรีมเนื้อหา โดยไม่ใช่ข้อความเปล่า ๆ (Plain Text) ทั่วไป
- กราฟิกลายเส้นและรูปภาพแบบเวกเตอร์ (Vector Graphic)
- ภาพถ่ายและภาพประเภทอื่น ๆ (Photo)
- ลิงก์เว็บไซต์ (Website Link)
- ไฟล์ประเภทอื่น ๆ ที่สามารถฝังในไฟล์ PDF ได้
- ไฟล์ประเภทอื่น ๆ ที่เชื่อมต่อผ่านปลั๊กอิน (Plug-In) ของโปรแกรม Adobe Acrobat เช่น JavaScript

ไฟล์เอกสาร PDF เหมาะกับงานที่ต้องการความแม่นยำแน่นอน รูปแบบไม่ตกหล่น ตัวอักษรไม่ขยับ เมื่อต้องเปิดผ่านคอมพิวเตอร์เครื่องอื่น ซึ่งปัญหานี้จะพบได้บ่อยบนไฟล์นามสกุลอื่นๆ แต่ถ้าบันทึกไฟล์เป็นตระกูล PDF ปัญหาเหล่านี้จะหมดไปและด้วยคุณสมบัติข้อนี้ข้อไฟล์ PDF นี้จึงเป็นไฟล์ที่นักออกแบบนิยมสำหรับลูกค้าที่ต้องการสื่อสิ่งพิมพ์ชนิดต่าง ๆ เนื่องจากเป็นไฟล์กราฟิกที่ถูกสร้างเพื่อเปิดได้กับคอมพิวเตอร์ทุกเครื่อง มีข้อผิดพลาดน้อย ฟอนต์และ

รูปภาพไม่ขยับเขยื้อนตามการแสดงผลของคอมพิวเตอร์แต่ละเครื่อง การ Export File ให้เป็น PDF เพื่อส่งโรงพิมพ์ผลิตงานนั้นจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งนอกจาก TIFF File เนื่องจากไฟล์ที่ได้มีคุณภาพสูง ไม่ผิดเพี้ยนจากต้นฉบับจึงเลือกใช้ PDF File การส่งงานในรูปแบบนี้ดีที่สุด เพราะส่วนมากทุกเครื่องคอมพิวเตอร์จะมีโปรแกรมอ่าน PDF File ด้วยวิธีทำคือไปที่ File > Save as > PDF จากนั้นตั้งค่าในส่วนต่างๆ คือ General : Adobe PDF Preset = ประกอบด้วย Illustrator Default จะเป็นไฟล์ที่สามารถเปิดใน Ai ได้เช่นเดิม ให้ผู้ปฏิบัติงานเลือกที่เป็นกลุ่ม High Quality Print ตั้งค่า Standard =None แล้วคลิกที่ปุ่ม Save PDF เพื่อสร้างไฟล์ ส่วนการตั้งค่าเป็น PDF/X จะเป็นรูปแบบของโรงพิมพ์, ส่วน Press Quality จะให้ไฟล์ที่ละเอียดมากที่สุด, Smallest File Size เหมาะสำหรับเว็บ Standard = ระบบจะตั้งให้ตามการเลือกค่า Preset Compatibility = เป็นการเลือกรูปแบบโปรแกรมที่ใช้ในการอ่านไฟล์สำหรับส่วนอื่นๆ ก็สามารตั้งค่าได้อีกมาก



ภาพประกอบที่ ๑๓๔ ภาพตัวอย่างการ Save File โดยการเลือกไฟล์ PDF File



ภาพประกอบที่ ๑๓๕ ภาพตัวอย่างการตั้งค่าไฟล์ PDF ใน Save Adobe PDF



4.7x2.4 m Open house 65.0

ภาพประกอบที่ ๑๓๖ ภาพตัวอย่างลักษณะของไฟล์ PDF เมื่อบันทึกเรียบร้อยแล้ว

ปัญหา : ที่อาจเกิดขึ้นในขั้นตอนการ Export File

๑. เมื่อผู้ปฏิบัติงานพรีวิวรูปภาพที่ได้บันทึกเป็น TIFF File แล้ว สีมืดเพี้ยนจากโปรแกรมที่ใช้ออกแบบเป็นอย่างมาก
๒. ผู้ปฏิบัติงานตั้งค่า Resolution ในการ Export ให้เป็น TIFF File เพื่อส่งโรงพิมพ์สูงเกินไป เพราะกลัวว่าไฟล์งานพิมพ์จะไม่คมชัด จึงทำให้ไฟล์งานมีขนาดใหญ่เกินไปและโปรแกรมไม่สามารถประมวลผลต่อได้และทำให้คอมพิวเตอร์ค้าง
๓. ผู้ปฏิบัติงานลืมทำการ Create Outline ตัวอักษร ก่อนการ Save เป็น PDF File เมื่อนำไฟล์ไปเปิดในโปรแกรม โปรแกรม Adobe Illustrator เครื่องอื่นอีกครั้ง จะทำให้ตัวอักษรต้นฉบับสลับกันไปมาและไฟล์งานเกิดความเสียหายได้

แนวทางแก้ไขปัญหา :

๑. การพรีวิวดูไฟล์งานที่เป็น TIFF File ที่ไม่ได้เปิดจาก Photoshop ผู้ปฏิบัติงานจะมองเห็นสีผิดเพี้ยนจากสีที่ออกแบบไว้มากเพราะเป็นไฟล์ที่ตั้งค่าสีเป็น CMYK นั่นเอง ผู้ปฏิบัติงานไม่ควรส่งไฟล์นี้ให้แก่ผู้บังคับบัญชาหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในงานดูเพราะจะทำให้เกิดความเข้าใจผิดในเรื่องสีที่ใช้ออกแบบได้ ควรเลือกเป็น JPEG File ในการนำเสนองานต่อผู้อื่น
๒. ผู้ปฏิบัติงานควรตั้งค่า Resolution ในการ Export ให้เป็น TIFF File จากโปรแกรม Adobe Illustrator ให้พอดีไม่ควรตั้งค่าให้มากเกินไป เมื่อผู้ปฏิบัติงานใช้สเกลย่องาน ๑:๑๐ ควรคำนวณว่าต้องใช้ค่า Resolution ๑๐๐๐ ในการ Export เมื่อนำไฟล์ TIFF มาเปิดเพื่อขยายขนาดให้เท่าไฟล์งานจริงใน Photoshop ขนาดของ Resolution ของไฟล์งานจะได้เท่ากับ ๑๐๐ พอดี
๓. ผู้ปฏิบัติงานควรทำการ Create Outline ตัวอักษร ก่อนการ Save เป็น PDF File ในการใช้ไฟล์ PDF ส่งให้แก่ผู้เกี่ยวข้องอื่นหรือโรงพิมพ์ก็ตามเมื่อนำไฟล์ไปใช้ต่อจะทำให้ไฟล์งานไม่เกิดปัญหาสามารถเปิดใช้ไฟล์ในโปรแกรม Adobe Illustrator เหมือนเป็นไฟล์ต้นฉบับได้

ข้อเสนอแนะ :

ผู้ปฏิบัติงานควรทำการ Create Outline ตัวอักษรทุกครั้งที่มีการ Export File ที่ได้ ออกแบบสำเร็จแล้วแต่ให้ Save แยกไฟล์อีกไฟล์พร้อมกับต่อท้ายชื่อไฟล์ว่า Create Outline เพื่อให้เมื่อมีการแก้ไขตัวอักษรเกิดขึ้นยังสามารถนำไฟล์ต้นฉบับมาทำการแก้ไขได้ แต่หากไฟล์ไม่มีชื่อแก้ไข ผู้ปฏิบัติงานสามารถใช้ไฟล์ที่ทำการ Export File ไว้แล้วได้ หรือสามารถส่งไฟล์งานต้นฉบับที่ Create Outline แล้วให้แก่หน่วยงานอื่นใช้ผลิตเป็นสื่ออื่นได้ทันที

ขั้นตอนที่ ๒ การตรวจสอบ

ในการตรวจสอบความเหมาะสม ความถูกต้องและความสวยงามนั้นผู้ปฏิบัติงานควร เสนอ งานต่อผู้บังคับบัญชา หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในงาน หรือเพื่อนร่วมทีมงาน ช่วยในการตัดสินใจ ช่วย ให้คำแนะนำต่างๆ เพื่อให้งานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์มีความถูกต้องและมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยผู้ปฏิบัติงานควรมีลำดับขั้นตอนในการตรวจสอบดังนี้

๑. ส่งไฟล์งานให้เพื่อนร่วมงานและผู้เกี่ยวข้องตรวจสอบ

ในการปฏิบัติงานออกแบบในบางครั้งข้อมูลที่ได้รับมา เพื่อใช้ในการจัดทำสื่อ ประชาสัมพันธ์นั้นอาจเกิดข้อผิดพลาดหรือมีคำผิดที่มองไม่เห็นในขณะที่เป็นรูปแบบข้อมูลอยู่ แต่ เมื่อมีการออกแบบเป็นตัวสื่อเรียบร้อยแล้วจะมองเห็นได้ง่ายยิ่งขึ้น ในการส่งไฟล์งานที่ได้ทำการ ออกแบบแล้วผู้ปฏิบัติงานควรให้เพื่อนร่วมงานหรือผู้เกี่ยวข้องได้ตรวจสอบอีกครั้ง หากมีคำผิดหรือ ข้อความตกหล่นให้ผู้ปฏิบัติงานทำการแก้ไขในจุดนั้นทันที

๒. นำเสนองานต่อผู้บังคับบัญชาตรวจสอบ

หลังจากที่ได้ส่งไฟล์งานให้กับเพื่อนร่วมงานและผู้เกี่ยวข้องได้ตรวจสอบแล้ว ผู้ปฏิบัติงาน ต้องแก้ไขให้เรียบร้อยแล้วให้นำเสนอต่อผู้บังคับบัญชาตรวจสอบ หากต้องมีการเลือกแบบที่มีหลายอิม ผู้ปฏิบัติงานต้องนำเสนอให้ผู้บังคับบัญชาเป็นผู้เลือกแบบอิมนั้นก่อนจึงนำกลับมาปรับปรุงแล้วให้ เพื่อนร่วมงานและผู้เกี่ยวข้องตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้งแล้วจึงนำเสนอต่อผู้บังคับบัญชาอีกรอบ เพื่อให้ได้รับการอนุมัติก่อนที่จะส่งผลิตในขั้นตอนต่อไป

๓. ตรวจสอบการได้รับอนุมัติโครงการ

โครงการที่มีการร้องขอใช้บริการหรือโครงการที่จัดขึ้นของหน่วยงานจะมีผู้รับผิดชอบ โครงการในการจัด ซึ่งในการจัดโครงการจะต้องมีการเสนอโครงการต่อผู้บังคับบัญชาและต้องมีการ ได้รับอนุมัติให้จัดโครงการได้ถึงมีการดำเนินงานต่างๆ แต่บางโครงการที่มีความจะเป็นต้องจัดอยู่ แล้วขององค์กร ผู้รับผิดชอบโครงการจะมีการร้องขอใช้บริการด้วยวาจาก่อน เพื่อให้มีการ ดำเนินงานล่วงหน้าเพราะในการออกแบบจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์นั้นต้องใช้เวลาในการปฏิบัติงาน มากของแต่ละขั้นตอนการออกแบบจะทำให้มีเวลาออกแบบงานที่ดีมีคุณภาพได้ เมื่อผู้ปฏิบัติงานได้ ทำการออกแบบสื่อและได้รับการอนุมัติให้ผลิตสื่อเป็นที่เรียบร้อยแล้วต้องทำการยืนยันกับ ผู้รับผิดชอบโครงการว่าตัวโครงการนั้นได้รับการอนุมัติเป็นที่เรียบร้อยแล้วจึงสามารถดำเนินการใน ขั้นตอนต่อไปได้

๔. ตรวจสอบรายงานขอซื้อวัสดุ/จ้าง และใบสั่งจ้าง

ในการส่งงานผลิตกับองค์กรภายนอกจะต้องมีการทำใบรายงานขอซื้อวัสดุ/จ้างโดย เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไปส่งไปยังส่วนงานพัสดุกองคลังก่อนและส่วนงานพัสดุจะมีการออกใบสั่ง จ้างให้แก่ร้านค้า โรงพิมพ์หรือองค์กรที่รับผลิตงาน ผู้ปฏิบัติงานต้องมีการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ บริหารงานทั่วไปที่รับผิดชอบในการทำใบรายงานก่อนว่ามีการดำเนินการถึงขั้นตอนใดแล้ว ใน

ขั้นตอนนี้ผู้ปฏิบัติงานจะทราบว่าต้องมีการส่งงานไปผลิตที่ไหนอย่างไร และจะต้องมีการออกใบสั่งจ้างก่อนผู้ปฏิบัติงานจึงสามารถส่งงานออกไปยังโรงพิมพ์ที่ผลิตงานสื่อสิ่งพิมพ์ได้

ใบสั่งจ้าง

หน้าที่ 1 จาก 1

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

เลขที่ใบสั่งจ้าง 661-2PS0407
วันที่ใบสั่งจ้าง 8 สิงหาคม พ.ศ. 2566

เรียน บริษัท ชะปะติไซน์ จำกัด

ตามที่ท่านได้เสนอราคาและยอมรับจะดั่งรายการต่อไปนี้มายัง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา โดยท่านจะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขซึ่งแจ้งอยู่ท้ายของใบนี้ทุกประการ

ลำดับ	ลำดับ	รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน (บาท)
1	1	จ้างเหมา พิมพ์ป้ายไวนิล องค์เจท ขนาด 11.3*4 เมตร พร้อมติดตั้ง	1.00 ป้าย	9,800.00	9,800.00
	2	จ้างเหมา พิมพ์ป้ายไวนิล องค์เจท ขนาด 14.15*2.55 เมตร พร้อมติดตั้ง	1.00 ป้าย	7,500.00	7,500.00
	3	จ้างเหมา พิมพ์ป้ายไวนิล องค์เจท ขนาด 4.7*2.4 เมตร พร้อมติดตั้ง	1.00 ป้าย	2,900.00	2,900.00
	4	จ้างเหมา พิมพ์ป้ายไวนิล องค์เจท ขนาด 7.33*2.44 เมตร พร้อมติดตั้ง	1.00 ป้าย	3,550.00	3,550.00

ยอดเงินก่อนภาษี 23,750.00 บาท
ภาษีมูลค่าเพิ่ม 0 % 0.00 บาท
รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 23,750.00 บาท

จำนวนเงิน (**สองหมื่นสามพันเจ็ดร้อยห้าสิบบาทถ้วน **)

(ลงชื่อ) ผู้รับใบสั่งจ้าง (ลงชื่อ) ผู้ออกใบสั่งจ้าง
(บริษัท ชะปะติไซน์ จำกัด) (นายภูเบศร์ แสงปลูก)

- สิ่งของตามใบสั่งนี้ ทางการจะยอมรับเมื่อกรรมการตรวจรับได้ตรวจรับเป็นการถูกต้องแล้ว
- ผู้รับจ้างต้องนำใบสั่งจ้างมาพร้อมทั้งหลักฐานการส่งของและสิ่งของให้กรรมการตรวจรับด้วย
- ผู้รับจ้างยอมรับจะส่งของในวันที่ 15/8/2023 เมื่อพ้นกำหนดแล้ว ผู้รับจ้างยอมให้ปรับรายวัน (ในอัตราร้อยละ 0.10 แต่จะตั้งไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท) นับถัดจากวันครบกำหนด จนถึงวันที่ผู้รับจ้างได้นำสิ่งของมาส่งให้ผู้ว่าจ้างจนถูกต้องครบถ้วน

(ลงชื่อ) ผู้สั่งจ้าง (ลงชื่อ) ผู้รับจ้าง
(นางสาวอำพรพรน ไชยวงศ์) (.....)
หัวหน้าเจ้าหน้าที่สด ผู้จัดการหรือเจ้าของ

ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการ

ภาพประกอบที่ ๑๒๗ ภาพตัวอย่างใบสั่งจ้างของ มทร.ล้านนา

ปัญหา : ที่อาจเกิดขึ้นในขั้นตอนการตรวจสอบ

๑. เมื่อจอแสดงผลที่แตกต่างกันบางครั้งก็ทำให้การแสดงผลที่ต่างกันในการส่งงานให้ผู้บังคับบัญชาตรวจสอบอาจมองเห็นสีแตกต่างจากหน้าจอของผู้ปฏิบัติงาน
๒. การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่ขอใช้บริการมีความล่าช้าและอาจมีข้อมูลที่ผิดพลาดเกิดขึ้นได้
๓. การส่งไฟล์งานไปยังร้านที่ผลิตก่อนมีการออกแบบสั่งจ้าง อาจมีการยกเลิกงานนั้นและไม่อนุมัติให้ผลิตได้ ทำให้ผู้ปฏิบัติงานต้องรับผิดชอบในส่วนค่าใช้จ่ายที่มีการสั่งผลิตก่อน

แนวทางแก้ไขปัญหา :

๑. ผู้ปฏิบัติงานควรมีการพิมพ์งานออกแบบให้สีใกล้เคียงกับที่ต้องการให้มากที่สุด นำเสนอต่อผู้บังคับบัญชาเพราะจะทำให้มีการมองเห็นแบบที่เหมือนกันและไม่เกิดข้อผิดพลาดได้
๒. ผู้ปฏิบัติงานควรประสานงานกับหน่วยงานหรือส่วนงานที่เกี่ยวข้องมีการคิดกรอบการทำงานร่วมกันอยู่ตลอด เพราะงานประจำมีซ้ำเดิมเหมือนกันทุกปี การเตรียมการเป็นสิ่งที่ควรกระทำ ผู้ปฏิบัติงานจึงควรเตรียมการคิดวางแผนไว้ล่วงหน้ามีการเตรียมข้อมูลสำรองและติดตามงาน จะทำให้การดำเนินงานแต่ละขั้นตอนไม่ล่าช้ามีการอัปเดตข้อมูลแบบเรียลไทม์
๓. ผู้ปฏิบัติงานไม่ควรส่งงานผลิตก่อนที่จะมีการออกแบบสั่งจ้างจากงานพัสดุ หากเป็นงานที่เร่งด่วนจริงต้องมีการประสานงานกับส่วนงานพัสดุผู้ที่ได้รับผิดชอบว่ามีการดำเนินการเกี่ยวกับงานที่ได้รับผิดชอบหรือยัง หากมีการยืนยันจากเจ้าหน้าที่พัสดุแล้วว่าดำเนินการแล้วจึงสามารถส่งงานไปยังโรงพิมพ์ผู้ผลิตได้

ข้อเสนอแนะ :

ผู้ปฏิบัติงานออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์จะต้องมีการประสานงานกับหน่วยงานที่จัดโครงการที่ขอใช้บริการงานออกแบบและผลิตสื่อ ประสานงานกับเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป โรงพิมพ์ผู้ผลิตงาน และรายงานผู้บังคับบัญชาโดยตลอด เพื่อไม่ให้พลาดข้อมูลใหม่ที่อาจทำให้เกิดข้อผิดพลาดในการดำเนินการผลิตงานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ได้ การประสานงานจำเป็นส่วนสำคัญยิ่ง

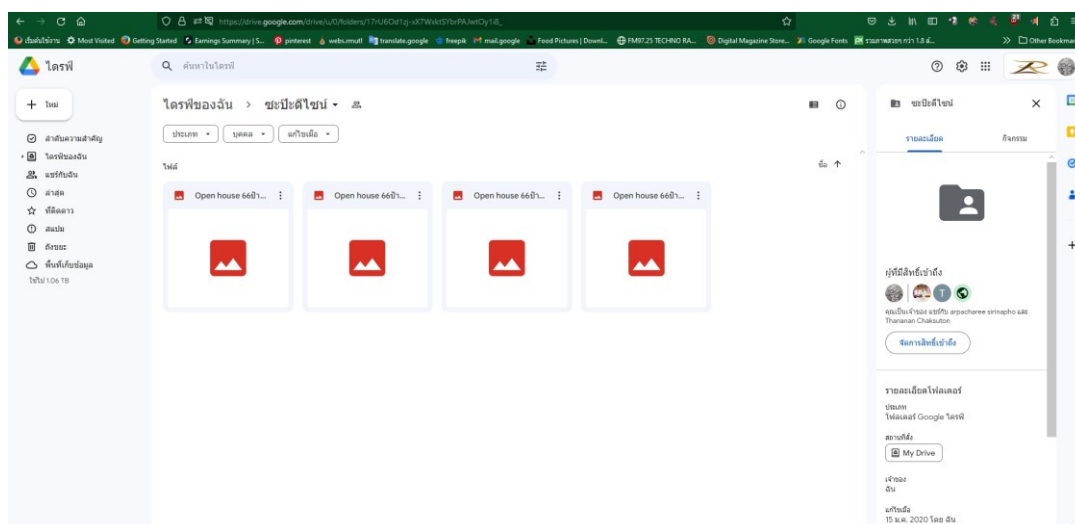
ขั้นตอนที่ ๗ ส่งงานผลิต (Print)

๑. ส่งไฟล์งานให้โรงพิมพ์

ในการส่งงานผลิตกับองค์กรภายนอกหรือโรงงานผู้ผลิต ผู้ปฏิบัติงานจะต้องมีการตรวจสอบไฟล์งานสำหรับส่งพิมพ์อีกครั้ง เพื่อกันข้อผิดพลาดต่างๆ ในการตรวจไฟล์งาน ผู้ปฏิบัติงานจะต้องตรวจขนาดของงาน ตรวจค่าสีของไฟล์งานว่าเป็นไฟล์ CMYK เรียบร้อยแล้วและตรวจว่าภาพประกอบและตัวอักษรตั้งตงขอบหรือแตกหรือไม่ เพราะหากส่งผลิตแล้วผู้ปฏิบัติงานจะทำการแก้ไขงานไม่ได้อีก การตรวจสอบก่อนส่งไฟล์จึงเป็นขั้นตอนที่สำคัญ เมื่อผู้ปฏิบัติงานตรวจไฟล์งานที่จะส่งพิมพ์แล้วสามารถส่งไฟล์ไปยังโรงพิมพ์ผู้ผลิตได้ ๒ รูปแบบคือ

๑.๑ บันทึกงานลงในแฟลตไดฟ์(USB Flash drive)แล้วนำส่งโรงพิมพ์ด้วยตนเอง ข้อดีของวิธีนี้คือผู้ปฏิบัติงานสามารถตรวจไฟล์งานหน้าเครื่องคอมพิวเตอร์ของโรงพิมพ์ได้ทันที ข้อเสียคือต้องเสียเวลาในการเดินทางไปยังโรงพิมพ์

๑.๒ อัปโหลดไฟล์งานขึ้นบนคลาวด์ (Cloud) ที่ให้บริการออนไลน์ เมื่ออัปโหลดไฟล์งานเสร็จเรียบร้อย ผู้ปฏิบัติงานสามารถส่งลิงก์ให้กับโรงพิมพ์ผู้ผลิตงานได้ทันที ข้อดีของการ อัปโหลดไฟล์งานขึ้นบนคลาวด์ (Cloud) คือไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปยังโรงพิมพ์และสามารถแชร์ไฟล์ให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ด้วย ข้อเสียคือการทำที่ผู้ปฏิบัติงานไม่สามารถตรวจไฟล์งานที่หน้าคอมพิวเตอร์ของโรงพิมพ์ได้



ภาพประกอบที่ ๑๓๘ ภาพตัวอย่างการส่งไฟล์ให้ส่งโรงพิมพ์ผ่านกรออัปโหลดไฟล์งานขึ้นบนคลาวด์

๒. ตรวจไฟล์งานที่จะผลิตก่อนผลิตจริงกับโรงพิมพ์ป้าย

เมื่อมีการส่งไฟล์งานไปยังร้านที่ผลิตงานแล้ว ผู้ปฏิบัติงานควรตรวจความเรียบร้อยของไฟล์งานก่อนผลิตจากโรงพิมพ์ที่ผลิต ที่เป็นไฟล์งานสำหรับผลิตจากคอมพิวเตอร์สั่งผลิตงานของโรงพิมพ์โดยตรง เพื่อให้งานที่ผลิตออกมาไม่เกิดข้อผิดพลาดอันใดขึ้น โดยหากผู้ปฏิบัติงานเดินทางไปส่งไฟล์งานที่โรงพิมพ์ให้ผู้ปฏิบัติงานตรวจไฟล์ที่หน้าจอเครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีการสั่งพิมพ์งาน โดย

ตรวจดูความอิมตัวของสีว่าตรงกับความต้องการหรือไม่ มีการดึงสลับตำแหน่งของภาพและตัวอักษรหรือไม่ และที่สำคัญคือขนาดของงานตรงกับจุดติดตั้งแล้วหรือไม่ และหากผู้ปฏิบัติงานส่งไฟล์งานออนไลน์ให้ผู้ปฏิบัติงานตรวจไฟล์งานจากการให้โรงพิมพ์ส่งรูปและขนาดของไฟล์ก่อนพิมพ์ให้ผู้ปฏิบัติงานได้ตรวจการลงมือผลิต



ภาพประกอบที่ ๑๓๙ ภาพตัวอย่างการตรวจไฟล์งานกับโรงพิมพ์ก่อนการผลิต

๓. ตรวจงานพิมพ์หลังการผลิต

ในขั้นตอนการผลิตงานที่ผ่านการตรวจงานก่อนผลิตและได้ผลิตเสร็จเรียบร้อยแล้ว ส่วนมากขั้นตอนนี้จะเกิดข้อผิดพลาดได้น้อยมากจนถึงไม่มีข้อผิดพลาดเลย แต่ในการตรวจงานที่ทำการผลิตเสร็จแล้วนั้นจะทำให้ผู้ปฏิบัติงานได้ทราบและเห็นสีของงานจริงเปรียบเทียบกับสีที่อยู่บนหน้าจอคอมพิวเตอร์ว่ามีความแตกต่างกันน้อยเพียงใดเพื่อนำไปปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงในการปฏิบัติงานครั้งหน้า จะทำให้ได้งานสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทป้ายไวเนลที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น



ภาพประกอบที่ ๑๔๐ ภาพตัวอย่างการตรวจไฟล์งานป้ายที่พิมพ์สำเร็จ

ปัญหา : ที่อาจเกิดขึ้นในขั้นตอนการส่งงานผลิต

๑. ขนาดของไฟล์งานที่ส่งให้แก่โรงพิมพ์เกิดข้อผิดพลาด งานมีขนาดเล็กกว่าไฟล์งานที่ต้องการส่งผลิต
๒. โรงพิมพ์ผู้ผลิตไม่สามารถเปิดไฟล์งานจากคลาวด์ที่ผู้ปฏิบัติงานส่งลิงก์ให้ได้
๓. เมื่อผลิตงานป้ายสำเร็จเป็นที่เรียบร้อยแล้ว พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงคำหรือเวลาสถานที่ หรือพบคำผิดในงานป้าย

แนวทางแก้ไขปัญหา :

๑. ผู้ปฏิบัติงานควรมีการการตรวจขนาดไฟล์งานที่หน่วยนับที่ใช้ผู้ปฏิบัติงานต้องมีการตรวจว่าใช้หน่วยใด และไม่เกิดข้อผิดพลาดได้
๒. หากโรงพิมพ์ผู้ผลิตไม่สามารถเปิดไฟล์งานจากคลาวด์ ผู้ปฏิบัติงานควรตั้งค่าการเข้าถึงทั่วไปในการแชร์ไฟล์ให้เป็นทุกคนที่มีลิงก์สามารถเข้าถึงได้หรือตั้งให้เป็นสาธารณะ
๓. เมื่อพบจุดผิดหรือจุดที่ต้องแก้ไขในงานป้ายที่ผลิตออกมาสำเร็จแล้ว ผู้ปฏิบัติงานควรทำการแก้ไขไฟล์งานให้ถูกต้องทั้งหมดก่อนแล้วจึงครอบส่วนที่แก้ไขจากงานที่แก้ไขแล้วส่งพิมพ์เป็นสติ๊กเกอร์หรือไว้นิลเพื่อปิดทับยังส่วนที่แก้ไขให้สวยงามที่สุด

ข้อเสนอแนะ :

ผู้ปฏิบัติงานต้องมีการตรวจขนาดและสี ตัวอักษรภาพประกอบในงานออกแบบให้ถี่ถ้วนหลายครั้งก่อนที่จะมีการส่งไฟล์งานไปยังโรงพิมพ์ผู้ผลิต เพราะในบางโรงพิมพ์จะไม่ตรวจไฟล์งานซ้ำให้เพราะต้องการที่จะพิมพ์ตามไฟล์งานของลูกค้าที่ทำมาแบบไหนก็มีการผลิตงานตามนั้น แต่บางโรงพิมพ์อาจมีการตรวจไฟล์ซ้ำอีกครั้งและแจ้งมายังผู้ปฏิบัติงานก่อน ถึงอย่างไรตัวผู้ปฏิบัติงานเองต้องมีความรอบครอบไว้ก่อนเพื่อป้องกันการผิดพลาดของงานที่เมื่อผลิตแล้วจะแก้ไขได้ยาก

ขั้นตอนที่ ๘ การเผยแพร่

การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นป้ายไววนิลนั้นจะเป็นการติดตั้งป้ายที่จุดติดตั้งต่างๆ ตามที่ได้วางแผนไว้ โดยขั้นตอนการติดตั้งป้ายขนาดใหญ่หรือป้ายบิลบอร์ดจะต้องเป็นช่างที่ชำนาญการ เพราะตำแหน่งป้ายบางจุดมีความสูงเสี่ยงต่อการได้รับอันตรายระหว่างการติดตั้งเป็นอย่างยิ่ง หากไม่มีประสบการณ์และความชำนาญอาจเกิดปัญหาขึ้น ผู้ปฏิบัติงานควรมีการวิเคราะห์เกี่ยวกับการติดตั้งงานเอาไว้ก่อนล่วงหน้าแล้วโดยมีลำดับขั้นตอนการปฏิบัติดังนี้

๑. ประสานช่างผู้ติดตั้งป้าย

การกำหนดผู้ติดตั้งงานป้ายนั้นผู้ปฏิบัติงานควรให้โรงพิมพ์ที่ผลิตงานพิมพ์เป็นผู้ติดตั้งงาน เพราะเป็นช่างที่มีประสบการณ์และมีความเป็นมืออาชีพมีความชำนาญการ เมื่อมีการผลิตป้ายไววนิลเรียบร้อยแล้วผู้ปฏิบัติงานควรประสานงานกับช่างผู้ติดตั้งงานป้ายเพื่อออกรายละเอียดงานการติดตั้งป้ายและกำหนดจุดติดตั้งให้ชัดเจนเรียบร้อย ส่วนงานป้ายที่เป็นป้ายฉากหลังเวทีผู้ปฏิบัติงานสามารถประสานงานเจ้าหน้าที่อาคารสถานที่ช่วยเหลือในการติดตั้งป้ายให้ได้ เพราะเป็นป้ายที่ไม่มีความอันตรายในการติดตั้ง ตำแหน่งติดตั้งไม่สูงและใหญ่เกินไป

๒. กำหนดวันติดตั้งป้าย

การกำหนดวันติดตั้งป้ายผู้ปฏิบัติงานต้องกำหนดไว้ก่อนวันงาน ซึ่งต้องมีการวิเคราะห์ร่วมกับผู้รับผิดชอบโครงการหรือคณะกรรมการ และวิเคราะห์ตามลักษณะการจัดงานว่าควรติดตั้งป้ายประชาสัมพันธ์ก่อนงานกี่วัน บางกิจกรรมจำเป็นต้องติดก่อนวันจัดกิจกรรม ๑-๒ เดือน บางกิจกรรมก็ควรติดตั้งก่อน ๑ อาทิตย์ และบางป้ายควรมีการติดตั้งก่อนวันงาน ๑ วัน และเมื่อติดตั้งเสร็จก็มีการกำหนดวันรื้อถอน บางป้ายมีอายุการติดตั้งเมื่อจัดงานกิจกรรมเสร็จก็สามารถรื้อถอนได้ทันที เช่น ป้ายกิจกรรมโครงการต่างๆ บางป้ายสามารถติดตั้งไว้ได้ตลอดทั้งปี เช่น ป้ายยินดีต้อนรับหรือป้ายประชาสัมพันธ์การได้รับรางวัลต่างๆ เป็นต้น การระบุนวันติดตั้งป้ายที่แน่ชัดจะทำให้โรงพิมพ์ที่ผลิตงานสามารถวางแผนจัดตารางการเข้าติดตั้งงานได้สะดวกและทำให้ดำเนินตามแผนงานได้ทั้งสองฝ่าย

๓. ควบคุมการติดตั้งป้าย

การควบคุมการติดตั้งงานป้ายไววนิล ผู้ปฏิบัติงานควรอยู่ควบคุมงานที่หน้างานเพื่อให้การติดตั้งเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและไม่ให้เกิดปัญหาใดใดขึ้น ในระหว่างการติดตั้งผู้ปฏิบัติงานควรบันทึกภาพขณะติดตั้งและหลังจากติดตั้งเสร็จเพื่อรายงานผลและใช้รูปเพื่อตรวจรับงาน



ภาพประกอบที่ ๑๔๑ ภาพตัวอย่างการควบคุมติดตั้งป้ายในมหาวิทยาลัย



ภาพประกอบที่ ๑๔๒ ภาพตัวอย่างการติดตั้งป้ายประตูสถาปัตยกรรม



ภาพประกอบที่ ๑๔๓ ภาพตัวอย่างการติดตั้งป้ายใหญ่หน้าทางเดินเข้ามหาวิทยาลัย



ภาพประกอบที่ ๑๔๔ ภาพตัวอย่างการติดตั้งป้ายฉากหลังเวที

ปัญหา : ที่อาจเกิดขึ้นในขั้นตอนการเผยแพร่

๑. เจ้าหน้าที่ทำการติดตั้งป้ายเวทิต้องเองโยไม่ได้จ้างทีมงานมืออาชีพแล้วป้ายที่ติดมีการห้อยย้อยเป็นคลื่นทำให้ป้ายไม่ตั้งสวยงาม
๒. มีการตั้งขนาดของเวทิต่างกับขนาดของป้ายที่ผลิตมาทำให้ไม่สามารถติดตั้งป้ายฉลากได้

แนวทางแก้ไขปัญหา :

๑. ป้ายไวเนลที่เป็นเจ้าหน้าที่อาคารสถานที่ติดตั้งบางครั้งอาจมีการติดตั้งไม่สวยงามเช่นโรงพิมพ์ติดตั้งไม่ได้เพราะความชำนาญต่างกันให้ผู้ปฏิบัติงานทำการหาโรงพิมพ์ที่มีบริการติดตั้งให้แล้วเสร็จด้วยในตัวเพื่อที่งานจะได้ออกมาสวยงามสมบูรณ์และควบคุมได้ หากมีความจำเป็นในการติดตั้งด้วยตนเองหรือเจ้าหน้าที่ที่ไม่ชำนาญให้มีการร้องขอผู้ปฏิบัติงานท่านอื่นมาช่วยเหลือในการติดตั้งและหากมีป้ายที่ซึ่งไม่ตั้งตรงส่วนไหนให้ใช้แมกยึงเข้าช่วยแต่ละจุด

๒. หากมีการตั้งขนาดของเวทิต่างกับขนาดของป้ายที่ผลิตมาทำให้ไม่สามารถติดตั้งป้ายฉลากเกิดขึ้นจะมี ๒ ลักษณะคือฉลากเล็กกว่าป้ายไวเนล และฉลากใหญ่กว่าป้ายไวเนล ในกรณีที่ฉลากเล็กกว่าผู้ปฏิบัติงานสามารถร้องขอให้ฝ่ายอาคารสถานที่เพิ่มฉลากให้เท่ากับป้ายได้เพราะขั้นตอนไม่ยุ่งยากเท่ากับการตั้งฉลากเวทิตัวใหญ่กว่าป้ายไวเนลเพราะฉลากที่มีการล๊อคและวางสลักค้ำเวทิต่างๆ เข้าด้วยกันหากมีการรื้อจะทำได้ยากและทำให้เสียเวลามากผู้ปฏิบัติงานควรทำการติดป้ายให้อยู่ตรงกลางของฉลากเวทิตัวแล้วทำการตกแต่งด้วยผ้าสีเดียวกันกับที่ใช้ระบายรอบพื้นฉลากเวทิตัว จะทำให้ป้ายฉลากเวทิตัวมีลูกเล่นเพิ่มขึ้นอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ :

ในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทป้ายไวเนลนั้นเป็นการติดตั้งตามจุดต่างๆ ที่ได้วางแผนไว้ ผู้ปฏิบัติงานควรมีการอยู่ดูแลและควบคุมงานให้ครบทั้งกระบวนการจนกว่าจะมีการติดตั้งเสร็จ เพราะหากมีข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นหน้างานผู้ปฏิบัติงานจะสามารถแก้ไขได้ทันเวลาก่อนที่จะมีการจัดกิจกรรมขึ้น

บรรณานุกรม

- ราชบัณฑิตยสถาน. (๒๕๕๑). *การคิดรวบยอด หรือ มโนทัศน์* (น.๘๓)
- Dabner, Stewart, Zempel. (๒๐๑๕). ผู้แปล จุติพงศ์ ภูสุมาตและสุวิสา แซ่อึ้ง. *Graphic Design School*. นนบุรี : ไอทีซี, ๒๕๒๘
- นางสาวอัญมณี สัจจาสัย.(๒๕๖๔). *ความหลากหลายทางเพศ เพศสภาพ เพศทางเลือก*. (น.๒.)
- สิทธิศักดิ์ บุญมั่น และวิชัย ตาดโธสงค์.(๒๕๖๔). *LGBTQ*. สืบค้นจาก <https://www.amnesty.or.th/latest/blog/๘๘๐/>
- แนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น.(๒๕๕๗). *วัยรุ่น*. สืบค้นจากเว็บ <https://www.gotoknow.org/posts/๕๗๕๓๒๓>
- การออกแบบ. (ออนไลน์) สืบค้นจาก <https://th.wikipedia.org/wiki/>
- ดร.สุชาติ วงษ์ทอง. (๒๕๕๖). *จุด (Dot)*. คณะทัศนศิลป์, ม.๔-ม.๖. กรุงเทพฯ.
- Elements of Art. (๒๐๑๓). *ลักษณะของเส้น*. สืบค้นจาก <https://krittayakorn.wordpress.com/category/elements-of-art/>
- อนัน วาโชะ. (๒๕๖๑). *Graphic Design for Advertising & Printing*.
- การเขียนเพื่อผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์. (๒๕๕๙). สืบค้นจาก <http://letsle.blogspot.com>
- เพราะตัวอักษรมีผลต่อการออกแบบ. สืบค้นจาก <https://www.wynnsoftstudio.com>
- ประเภทฟอนต์-serif-และ-sans-serif-แตกต่างกันอย่างไร. (๒๕๖๔). *Serif (เซริฟ), Sans-Serif (ซานส์เซริฟ)*. สืบค้นจาก <https://www.rmonlineservices.com/article/๑๑>
- ภาพประกอบ. (๒๕๖๑) สืบค้นจาก <https://th.wikipedia.org/wiki/>
- Obermiller, Berndt. *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสัดส่วนทองคำ*. สืบค้นจาก https://www.adobe.com/th_th/creativecloud/design/discover/golden-ratio.html
- Chanthakul. *ป้ายบิลบอร์ด, Billboard*. สืบค้นจาก <http://www.at-ads.com/advertising/billboard.html>
- Roekwibunsi. (๒๐๑๘). *ป้ายธงญี่ปุ่น (J Flag)*. สืบค้นจาก <https://www.octopus.co.th/blogs/product/j-flag>
- ดวงพร วิริยา. (๒๐๒๐). *Creative Commons*. สืบค้นจาก <https://creativetalkconference.com/creative-commons-license/>

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวอาพัชรี ศิรินาโพธิ์
ที่อยู่ปัจจุบัน	๓๖/๔ หมู่ ๓ ต.หาดสองแคว อ.ตรอน จ.อุตรดิตถ์ ๕๓๑๔๐
โทรศัพท์	๐๘๑-๐๒๗ ๘๘๔๘
E-mail	ousani@rmutl.ac.th
ประวัติการศึกษา	ระดับปริญญาตรี : สาขาออกแบบนิเทศน์ คณะศิลปกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา จบการศึกษา ๒๕๔๙
ประสบการณ์ทำงาน	พ.ศ. ๒๕๔๙ - พ.ศ. ๒๕๕๑ ตำแหน่ง : Graphig Design หน่วยงาน : หจก.กราฟิกเฮาส์ พ.ศ. ๒๕๕๑ - พ.ศ. ๒๕๕๗ ตำแหน่ง : Graphig Design & Designer หน่วยงาน : บริษัทชินวัตรโฮมสโตร์ พ.ศ. ๒๕๕๗ - ปัจจุบัน ตำแหน่ง : นักประชาสัมพันธ์ หน่วยงาน : งานบริหารและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ กองประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา