



คู่มือการปฏิบัติงานหลัก

เรื่อง กระบวนการออกแบบและผลิตสื่อป้ายไวเนล

ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ Adobe Illustrator

จัดทำโดย นางสาวอาพัชรี ศิรินาโพธิ์

ตำแหน่ง นักประชาสัมพันธ์

สังกัด กองประชาสัมพันธ์

สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

คู่มือการปฏิบัติงานหลัก

เรื่อง กระบวนการออกแบบและผลิตสื่อป้ายไว้นิล
ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ Adobe Illustrator

จัดทำโดย นางสาวอาพัชรี ศิรินาโพธิ์

ตำแหน่ง นักประชาสัมพันธ์

สังกัด กองประชาสัมพันธ์

สำนักงานอธิการบดี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

ตรวจสอบการจัดทำ ครั้งที่ ๒

(นายนิริศ กำแพงแก้ว)

รักษาการในตำแหน่งผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์

วันที่ ๓๐ เดือนกุมภาพันธ์ พุทธศักราช ๒๕๖๘

คำนำ

คู่มือปฏิบัติงานหลักเล่มนี้ จัดทำตามการประเมินข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษา พนักงานในสถาบันอุดมศึกษา ตำแหน่งประเภทวิชาชีพเฉพาะหรือเชี่ยวชาญเฉพาะ เพื่อประเมินและแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งที่สูงขึ้น ให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับภาระงานในตำแหน่งที่ผ่านการประเมินค่างาน ซึ่งเป็นเอกสารแสดงเส้นทางการปฏิบัติงานหลักตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ ซึ่งระบุขั้นตอนการดำเนินการต่าง ๆ โดยคู่มือการปฏิบัติงานหลักมีความสำคัญอย่างยิ่งในการปฏิบัติงาน เพื่อช่วยให้หน่วยงานมีคู่มือไว้ใช้ในการปฏิบัติงาน และช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานใหม่สามารถศึกษางานได้อย่างรวดเร็ว ทำให้งานของหน่วยงานมีระบบการจัดการที่ดีและมีประสิทธิภาพมากขึ้นจากคู่มือปฏิบัติงานหลักเล่มนี้ วัตถุประสงค์ของการจัดทำคู่มือปฏิบัติงานหลักเกี่ยวกับการออกแบบและผลิตสื่อป้ายไวเนล ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ Adobe Illustrator เพื่อเผยแพร่บนจุดติดตั้งป้ายภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ของกลุ่มงานบริหารและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ กองประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และผู้ปฏิบัติงานที่ได้รับหน้าที่ในการจัดตกแต่งสถานที่และจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์งานต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานทราบถึงขั้นตอนและวิธีการปฏิบัติงาน หรือสามารถปฏิบัติงานทดแทนกันได้ เนื่องจากการปฏิบัติงานทางด้านการออกแบบกราฟิกจากโปรแกรม Adobe Illustrator ต้องใช้เทคนิควิธีการปฏิบัติงาน แนวคิดและมุมมองที่ซับซ้อน ที่มีความละเอียดรอบคอบ ความถูกต้องในการปฏิบัติงาน

อนึ่งคู่มือการปฏิบัติงานหลักเล่มนี้ ผู้จัดทำได้รวบรวมจากองค์ความรู้ต่าง ๆ ตามหลักวิชาการ การออกแบบ และประสบการณ์ตรงที่สั่งสมจากการปฏิบัติงาน พร้อมทั้งได้มีการตรวจสอบจากหัวหน้าหน่วยงาน ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและได้ปรับปรุง แก้ไข ตรวจสอบ ในการจัดทำมาแล้ว

สุดท้ายนี้ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ให้ความรู้ คำแนะนำด้วยดีตลอดมา และขอขอบคุณ กองประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เป็นอย่างยิ่ง ที่สนับสนุนและส่งเสริมให้มีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานหลักเล่มนี้ขึ้นมา โดยเฉพาะผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์ และบุคลากรในหน่วยงานทุกท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีเสมอมา จนทำให้คู่มือฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดีและก่อให้เกิดประโยชน์ต่อมหาวิทยาลัยอย่างสูงสุด

นางสาวอาพัชรี ศิรินาโพธิ์
ตำแหน่ง นักประชาสัมพันธ์
ผู้จัดทำ
๓๐ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘

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	๑๕
ขั้นตอนการปฏิบัติงาน กระบวนการออกและผลิตสื่อป้ายไวเนล	๑๖
แผนภูมิสายงาน (Flowchart) กระบวนการออกและผลิตสื่อป้ายไวเนล ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ Adobe Illustrator เพื่อเผยแพร่บนจุดติดตั้งป้ายภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา๑๖	

สารบัญ(ต่อ)

กระบวนการออกและผลิตสื่อป้ายไวเนล ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ Adobe Illustrator เพื่อเผยแพร่ บนจุดติดตั้งป้ายภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.....	๑๘
ขั้นตอนที่ ๑ การรับมอบหมายงานออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	๑๘
ขั้นตอนที่ ๒ รวบรวมข้อมูลประกอบการออกแบบ.....	๒๒
ขั้นตอนที่ ๓ วิเคราะห์ข้อมูล (Analysis) และคิดรูปแบบหลักในการออกแบบ (Theme).....	๓๓
๑. การคิดอย่างเป็นขั้นตอน (Linear Reasoning)	๓๓
๒. แปลงค่าข้อมูลดิบ (Raw Data) ให้เป็นผลลัพธ์ข้อมูลสารสนเทศ (Information) ที่เป็นคำสำคัญ	๓๔
๓. ลดทอนข้อมูล (Data Reduction) ให้ลดน้อยลง สื่อข้อมูลให้เป็นข้อสรุปที่เข้าใจได้ง่าย	๔๐
๔. ตีความหมายจากคำสำคัญออกมาเป็นภาพและสรุปรูปแบบหลักของงาน (Theme).....	๔๑
๕. ออกแบบร่าง (Preliminary Design) จากรูปแบบหลัก	๔๒
ขั้นตอนที่ ๔ ออกแบบป้ายไวเนล ด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator.....	๔๔
๑. หลักการออกแบบกราฟิก (Graphic Design Principles)	๔๔
๒. การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทป้ายไวเนล	๗๕
๓. กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้องในงานออกแบบ	๘๓
๔. จุดติดตั้งป้ายไวเนลประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา	๘๙
๕. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับโปรแกรม Adobe Illustrator	๙๖
๖. ขั้นตอนการออกแบบป้ายไวเนลในโปรแกรม Adobe Illustrator	๑๐๗
ขั้นตอนที่ ๕ การส่งออกไฟล์งาน (Export file).....	๑๑๙
๑. การส่งออกไฟล์ (Export File).....	๑๑๙
๒. การส่งออกไฟล์งานออกแบบ (Export File) สำหรับนำเสนองาน	๑๑๙
๓. การส่งออกไฟล์งานออกแบบ (Export File) สำหรับงานพิมพ์ป้ายไวเนล.....	๑๒๑
ขั้นตอนที่ ๖ การตรวจสอบ.....	๑๒๘
๑. ส่งไฟล์งานให้เพื่อนร่วมงานและผู้เกี่ยวข้องตรวจสอบ	๑๒๘
๒. นำเสนองานต่อผู้บังคับบัญชาตรวจสอบ	๑๒๘
๓. ตรวจสอบการได้รับอนุมัติโครงการ.....	๑๒๘
๔. ตรวจสอบรายงานขอซื้อวัสดุ/จ้าง และใบสั่งจ้าง.....	๑๒๘

สารบัญ(ต่อ)

ขั้นตอนที่ ๗ ส่งงานผลิต (Print)	๑๓๑
๑. ส่งไฟล์งานให้โรงพิมพ์.....	๑๓๑
๒. ตรวจสอบไฟล์งานที่จะผลิตก่อนผลิตจริงกับโรงพิมพ์ป้าย	๑๓๑
๓. ตรวจสอบงานพิมพ์หลังการผลิต.....	๑๓๒
ขั้นตอนที่ ๘ การเผยแพร่.....	๑๓๔
๑. ประสานช่างผู้ติดตั้งป้าย.....	๑๓๔
๒. กำหนดวันติดตั้งป้าย	๑๓๔
๓. ควบคุมการติดตั้งป้าย.....	๑๓๔
บรรณานุกรม.....	๑๓๘
ประวัติผู้เขียน.....	๑๓๙

สารบัญญภาพ

	หน้า
ภาพประกอบที่ ๑ ตราสัญลักษณ์ การออกแบบตราราชมงกุฎ	๓
ภาพประกอบที่ ๒ กลุ่มสีน้ำตาลทอง	๔
ภาพประกอบที่ ๓ ต้นดอกปีบและดอกปีบ	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	๒๐
ภาพประกอบที่ ๑๐ ตัวอย่างการค้นหางานออกแบบป้ายไวเนล	๒๔
ภาพประกอบที่ ๑๑ ตัวอย่างงานออกแบบป้ายงาน Open House ที่มีการเผยแพร่แล้วขององค์กรอื่น ๆ	๒๖
ภาพประกอบที่ ๑๒ ตัวอย่างงานออกแบบเดิมที่เคยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของงาน Open House ๒๐๑๙ ของ มทร.ล้านนา	๒๗
ภาพประกอบที่ ๑๓ ภาพตัวอย่างงานออกแบบป้ายที่ใช้ภาพจริงประกอบงาน Open House ๒๐๑๙ ของ มทร.ล้านนา	๒๘
ภาพประกอบที่ ๑๔ ตัวอย่างภาพจริงที่ใช้ประกอบในงานออกแบบป้ายงาน Open House ๒๐๑๙ ของ มทร.ล้านนา	๒๙
ภาพประกอบที่ ๑๕ ตัวอย่างภาพแผนภูมิที่ใช้ประกอบในงานออกแบบป้าย Open House ๒๐๒๒	๓๐
ภาพประกอบที่ ๑๖ ตัวอย่างภาพกรอบแนวคิดที่ได้จากรูปแบบการคิดอย่างเป็นขั้นตอน (Linear Reasoning)	๓๔
ภาพประกอบที่ ๑๗ ตัวอย่างภาพการใช้สื่อโซเชียลมีเดียของคนไทยในปี ๒๐๒๓	๓๘
ภาพประกอบที่ ๑๘ ตัวอย่างภาพแผนภูมิการใช้สื่อโซเชียลมีเดียของคนไทยแต่ละช่วงอายุ	๓๙
ภาพประกอบที่ ๑๙ ตัวอย่างภาพแผนภูมิวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อโซเชียลมีเดียของคนไทย	๓๙
ภาพประกอบที่ ๒๐ ตัวอย่างภาพแผนภูมิการใช้สื่อโซเชียลมีเดียในแพลตฟอร์มต่าง ๆ	๔๐
ภาพประกอบที่ ๒๑ ตัวอย่างภาพการออกแบบแบบร่างแรกด้วยมือเปล่า	๔๒
ภาพประกอบที่ ๒๒ ตัวอย่างภาพของจุดที่เรียงต่อกันจนกลายเป็นรูปต่าง ๆ	๔๕
ภาพประกอบที่ ๒๓ ตัวอย่างภาพลักษณะเส้นแบบต่าง ๆ ที่ให้อารมณ์และความรู้สึกแตกต่างกัน	๔๖

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพประกอบที่ ๒๔	ตัวอย่างภาพรูปร่างลักษณะต่าง ๆ	๔๗
ภาพประกอบที่ ๒๕	ตัวอย่างภาพรูปทรงลักษณะต่าง ๆ	๔๗
ภาพประกอบที่ ๒๖	ตัวอย่างภาพรูปทรงลักษณะต่าง ๆ	๔๘
ภาพประกอบที่ ๒๗	ตัวอย่างภาพพื้นผิวที่มันวาวจะทำให้รู้สึกว่ามีค่า มากกว่าพื้นผิว ขรุขระจะทำให้รู้สึกถึงความเก่าและพื้นผิวแบบขนสัตว์ทำให้ รู้สึกนุ่มและอบอุ่น	๔๘
ภาพประกอบที่ ๒๘	ตัวอย่างภาพที่แสดงให้เห็นถึงที่ว่างในภาพ	๔๙
ภาพประกอบที่ ๒๙	ตัวอย่างภาพสี RGB	๕๐
ภาพประกอบที่ ๓๐	ตัวอย่างภาพสี CMYK	๕๐
ภาพประกอบที่ ๓๑	ตัวอย่างภาพที่สื่อถึงความรู้สึกจากสีของภาพ	๕๑
ภาพประกอบที่ ๓๒	ตัวอย่างภาพการแบ่งโทนของสีวรรณะร้อนและสีวรรณะเย็น	๕๑
ภาพประกอบที่ ๓๓	ตัวอย่างภาพวงล้อสี	๕๒
ภาพประกอบที่ ๓๔	ตัวอย่างภาพวงล้อสีเอกรงค์	๕๒
ภาพประกอบที่ ๓๕	ตัวอย่างภาพวงล้อสีคู่ตรงข้าม	๕๒
ภาพประกอบที่ ๓๖	ตัวอย่างภาพวงล้อสีสามเหลี่ยมด้านเท่า	๕๓
ภาพประกอบที่ ๓๗	ตัวอย่างภาพวงล้อสีใกล้เคียง	๕๓
ภาพประกอบที่ ๓๘	ตัวอย่างภาพการดูรหัสค่าสีจากเว็บไซต์วงล้อสีสำเร็จรูป	๕๔
ภาพประกอบที่ ๓๙	ตัวอย่างภาพการดูรหัสสีจากเว็บไซต์วงล้อสีสำเร็จรูป	๕๔
ภาพประกอบที่ ๔๐	ตัวอย่างภาพการใช้ตัวหนังสือที่ต่างกันในปีนิต์ต้อนรับ นักศึกษา	๕๖
ภาพประกอบที่ ๔๑	ตัวอย่างภาพตัวอักษรแบบเซريف	๕๖
ภาพประกอบที่ ๔๒	ตัวอย่างภาพตัวอักษรแบบซานส์เซريف	๕๗
ภาพประกอบที่ ๔๓	ตัวอย่างภาพตัวอักษรไทยแบบที่มีหัวและไม่มีหัว	๕๗
ภาพประกอบที่ ๔๔	ตัวอย่างภาพตัวอักษรเลียนแบบลายมือทั้งภาษาไทยและ อังกฤษ	๕๘
ภาพประกอบที่ ๔๕	ตัวอย่างภาพตัวอักษรประดิษฐ์ทั้งภาษาไทยและอังกฤษ	๕๘
ภาพประกอบที่ ๔๖	ตัวอย่างภาพตัวอักษรรูปแบบต่าง ๆ	๕๘
ภาพประกอบที่ ๔๗	ตัวอย่างภาพตัวอักษรรูปแบบต่าง ๆ ในกลุ่มพิเศษ	๕๙
ภาพประกอบที่ ๔๘	ตัวอย่างภาพขนาดของตัวอักษร	๕๙
ภาพประกอบที่ ๔๙	ตัวอย่างภาพการวางตำแหน่งฟอนต์	๖๐
ภาพประกอบที่ ๕๐	ตัวอย่างภาพการออกแบบป้ายแสดงความยินดีกับบัณฑิต	๖๑
ภาพประกอบที่ ๕๑	ตัวอย่างภาพการออกแบบขั้นตอนการถ่ายภาพจากมือถือ	๖๑
ภาพประกอบที่ ๕๒	ตัวอย่างภาพจริงที่ถ่ายดอกไม้จากกล้องถ่ายภาพ	๖๒
ภาพประกอบที่ ๕๓	ตัวอย่างลักษณะข้อแตกต่างของภาพ bitmap & Vector	๖๓

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพประกอบที่ ๕๔ ตัวอย่างการใช้โหมดสี RGB บนหน้าจอแบบโหมด CMYK และสี Grayscale ที่มองผ่านหน้าจอ	๖๕
ภาพประกอบที่ ๕๕ ตัวอย่างภาพการจัดองค์ประกอบป้าย PR อาสา รุ่นที่ ๓	๖๖
ภาพประกอบที่ ๕๖ ตัวอย่างภาพงานออกแบบกำหนดการโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมที่ใช้รูปแบบจังหวะการจัดวางซ้ำ ๆ ของขนาดภาพตัวอักษร และการใช้ช่องไฟ	๖๗
ภาพประกอบที่ ๕๗ ตัวอย่างงานออกแบบที่ใช้ความขัดแย้งกันของสีมาทำให้งานมีความน่าสนใจและโดดเด่นแยกออกจากฉากหลังอย่างเห็นได้ชัด	๖๗
ภาพประกอบที่ ๕๘ ตัวอย่างงานออกแบบที่ใช้ความสอดคล้องของสีเป็นหลักในการออกแบบที่จะทำให้งานนั้นมีความกลมกลืนดูแล้วสบายตา	๖๘
ภาพประกอบที่ ๕๙ ตัวอย่างภาพการออกแบบป้ายแบนเนอร์ประชาสัมพันธ์งานโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการแบบการจัดเรียงตำแหน่งองค์ประกอบที่อ่านจากซ้ายไปขวา	๖๘
ภาพประกอบที่ ๖๐ ตัวอย่างภาพงานออกแบบที่แบ่งสัดส่วนงานอย่างชัดเจน	๖๙
ภาพประกอบที่ ๖๑ ตัวอย่างภาพงานออกแบบที่ใช้การจัดวางองค์ประกอบแบบรวมกลุ่มของภาพผักและผลไม้	๖๙
ภาพประกอบที่ ๖๒ ตัวอย่างภาพป้ายประชาสัมพันธ์งานกีฬา ๙ ราชมงคล	๗๐
ภาพประกอบที่ ๖๓ ตัวอย่างภาพการออกแบบป้ายแบบสมดุลจริงจากวัตถุที่วางเท่า ๆ กัน	๗๐
ภาพประกอบที่ ๖๔ ตัวอย่างภาพการออกแบบป้ายแบบสมดุลด้วยน้ำหนัก	๗๑
ภาพประกอบที่ ๖๕ ตัวอย่างภาพงานออกแบบที่จัดองค์ประกอบแบบเน้นจุดสนใจ	๗๑
ภาพประกอบที่ ๖๖ ตัวอย่างภาพการคำนวณที่ตรงกับอัตราส่วน Golden Ratio	๗๒
ภาพประกอบที่ ๖๗ ตัวอย่างภาพการใช้สัดส่วนทองคำ	๗๓
ภาพประกอบที่ ๖๘ ตัวอย่างภาพการใช้กรอบภาพ เสริมให้ภาพโดดเด่นขึ้น	๗๓
ภาพประกอบที่ ๖๙ ตัวอย่างภาพการใช้จุดตัวเก๋าช่อง เสริมให้ภาพโดดเด่นขึ้น	๗๔
ภาพประกอบที่ ๗๐ ตัวอย่างภาพสื่อสิ่งพิมพ์หลากหลายประเภท	๗๕
ภาพประกอบที่ ๗๑ ตัวอย่างภาพไวเนลชนิดต่าง ๆ	๗๖
ภาพประกอบที่ ๗๒ ตัวอย่างภาพการพิมพ์ระบบอิงค์เจ็ท	๗๘
ภาพประกอบที่ ๗๓ ตัวอย่างภาพป้ายบิลบอร์ด	๗๘
ภาพประกอบที่ ๗๔ ตัวอย่างภาพป้ายฉากหลัง	๗๙
ภาพประกอบที่ ๗๕ ตัวอย่างภาพป้ายกองโจร	๗๙
ภาพประกอบที่ ๗๖ ตัวอย่างภาพป้ายธงญี่ปุ่น	๘๐
ภาพประกอบที่ ๗๗ ตัวอย่างภาพป้ายเอ็กซ์สแตนด	๘๑
ภาพประกอบที่ ๗๘ ตัวอย่างภาพป้ายโรลอัพ	๘๑
ภาพประกอบที่ ๗๙ ตัวอย่างภาพป้ายไวเนลทั่วไป	๘๒
ภาพประกอบที่ ๘๐ ตัวอย่างภาพสัญลักษณ์ Creative Commons	๘๖

สารบัญภาพ(ต่อ)

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

สารบัญภาพ(ต่อ)

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

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพประกอบที่ ๑๓๘ ภาพตัวอย่างการส่งไฟล์ให้ส่งโรงพิมพ์ผ่านการอัปโหลดไฟล์งานขึ้นบนคลาวด์	๑๓๐
ภาพประกอบที่ ๑๓๙ ภาพตัวอย่างการตรวจไฟล์งานกับโรงพิมพ์ก่อนการผลิต	๑๓๑
ภาพประกอบที่ ๑๔๐ ภาพตัวอย่างการตรวจไฟล์งานป้ายที่พิมพ์สำเร็จ	๑๓๑
ภาพประกอบที่ ๑๔๑ ภาพตัวอย่างการควบคุมติดตั้งป้ายในมหาวิทยาลัย	๑๓๔
ภาพประกอบที่ ๑๔๒ ภาพตัวอย่างการติดตั้งป้ายประตูสถาบันปัตยกรรม	๑๓๔
ภาพประกอบที่ ๑๔๓ ภาพตัวอย่างการติดตั้งป้ายใหญ่หน้าทางเดินเข้ามหาวิทยาลัย	๑๓๕
ภาพประกอบที่ ๑๔๔ ภาพตัวอย่างการติดตั้งป้ายฉากหลังเวที	๑๓๕

ส่วนที่ ๑

บริบทมหาวิทยาลัย

ส่วนที่ ๑

บริบทมหาวิทยาลัย

ประวัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

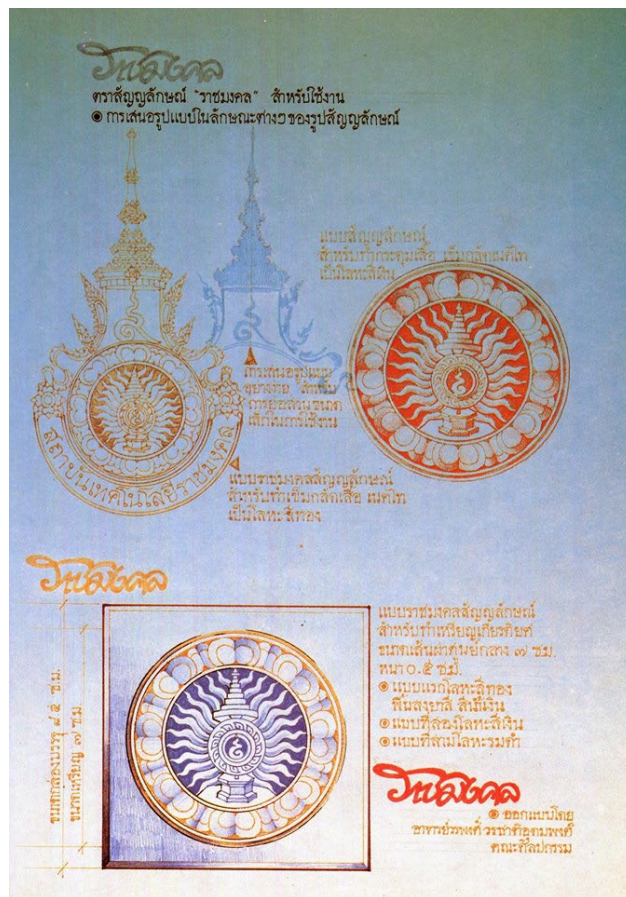
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จัดตั้งขึ้นเป็นสถาบันอุดมศึกษาระดับปริญญาครั้งแรก เมื่อวันที่ ๒๗ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๑๘ โดยพระราชบัญญัติวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา พ.ศ. ๒๕๑๘ ใช้ชื่อว่า “วิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา” และโอนวิทยาลัยเทคนิค วิทยาลัยเกษตรกรรม และวิทยาลัยต่าง ๆ ในสังกัดกรมอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ 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 เป็นสถาบันอุดมศึกษา ด้านวิชาชีพและเทคโนโลยี จัดการศึกษาด้านวิชาชีพชั้นสูงที่เน้นการปฏิบัติ ผลิตครูวิชาชีพ และให้ผู้สำเร็จอาชีวศึกษามีโอกาสในการศึกษาต่อด้านวิชาชีพเฉพาะทางระดับปริญญาเป็นหลัก

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ได้หลอมรวมเอาวิทยาเขต และสถาบันวิจัย จำนวน ๗ แห่งเข้าด้วยกัน ประกอบด้วย วิทยาเขตภาคพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ วิทยาเขตน่าน วิทยาเขตตาก วิทยาเขตลำปาง วิทยาเขตพิษณุโลก วิทยาเขตเชียงราย และสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรลำปาง ต่อจากนั้นในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๔๙ ได้มีการจัดตั้งส่วนราชการ ภายในมหาวิทยาลัย 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 เปิกบาน



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

สีประจำมหาวิทยาลัย



สีน้ำตาลทอง คือ สีที่เกิดจากการรวมกันของสี มีคุณสมบัติเป็นกลาง สามารถอยู่รวมได้กับทุกสี และทำให้สีนั้นโดดเด่น สีน้ำตาลทอง มีความหมายถึงความเจริญรุ่งเรืองที่ยั่งยืน ดังเช่นมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ที่ตั้งอยู่ในดินแดนที่เจริญรุ่งเรืองทางด้านการศึกษา ศิลปวัฒนธรรม พร้อมทั้งจะเป็นฐานในการสร้างบัณฑิตนักปฏิบัติที่มีคุณธรรม จริยธรรม และการพัฒนา มหาวิทยาลัยให้เจริญก้าวหน้าเป็นศูนย์แห่งการเรียนรู้สืบไป

ภาพประกอบที่ ๒ กลุ่มสีน้ำตาลทอง

ต้นไม้ประจำมหาวิทยาลัย

ต้นกาสะลอง (หรือต้นปีบ) เป็นต้นไม้ที่รู้จักกันแพร่หลายในถิ่นล้านนา เป็นไม้มงคลในความเชื่อของชาวล้านนา หากสถานที่ใดปลูกต้นกาสะลองไว้จะนำความเจริญรุ่งเรือง และเกียรติคุณมาสู่สถานที่นั้น

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. พื้นที่เชียงใหม่

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 เป็นสถานที่จัดการเรียนการสอน และที่ตั้งสำนักงานคณบดีของคณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์
- **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 จึงได้ย้ายสถานที่มาอยู่ที่ตั้งปัจจุบันบริเวณถนนพหลโยธิน 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 จึงได้โอนมาสังกัดวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา 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. ๒๕๙๖ โดยใช้ชื่อว่า "โรงเรียนเกษตรกรรมพิษณุโลก" ตั้งอยู่ที่ตำบลบ้านกร่าง อำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก บนเนื้อที่ ๕๗๒ ไร่ จัดการเรียนการสอนด้านเกษตรกรรม และสัตวศาสตร์เป็นหลัก เป็นที่รู้จักในนาม เกษตรบ้านกร่าง ปัจจุบันเขตพื้นที่พิษณุโลก เปิดทำการเรียนการสอน ๓ ระดับ คือ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาโท ใน ๓ คณะ คือ คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร และคณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์

คณะ และวิทยาลัย

- คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์
- คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร
- คณะวิศวกรรมศาสตร์
- คณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์
- วิทยาลัยเทคโนโลยีและสหวิทยาการ

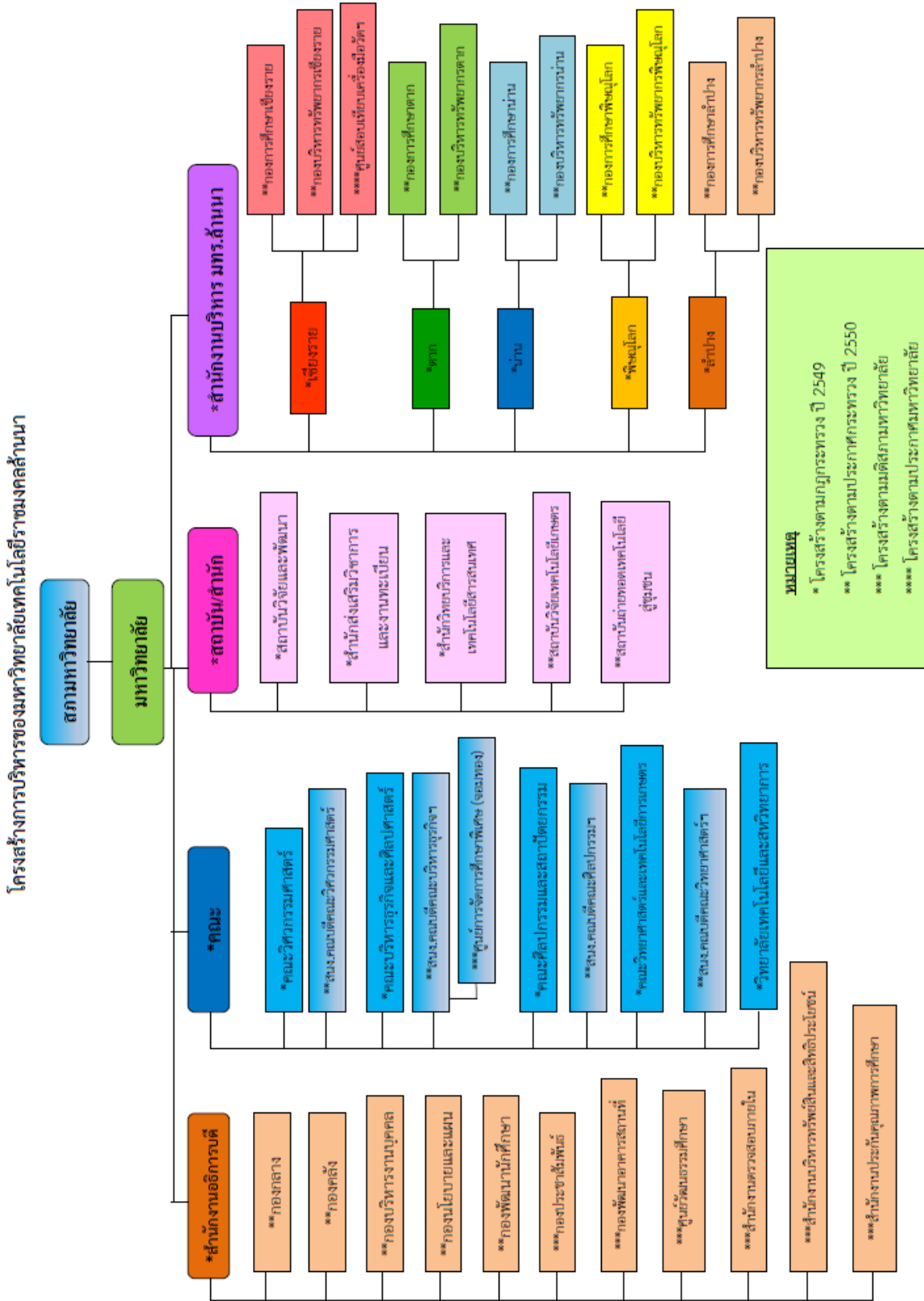
หน่วยงานสนับสนุนการจัดการศึกษา

- 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

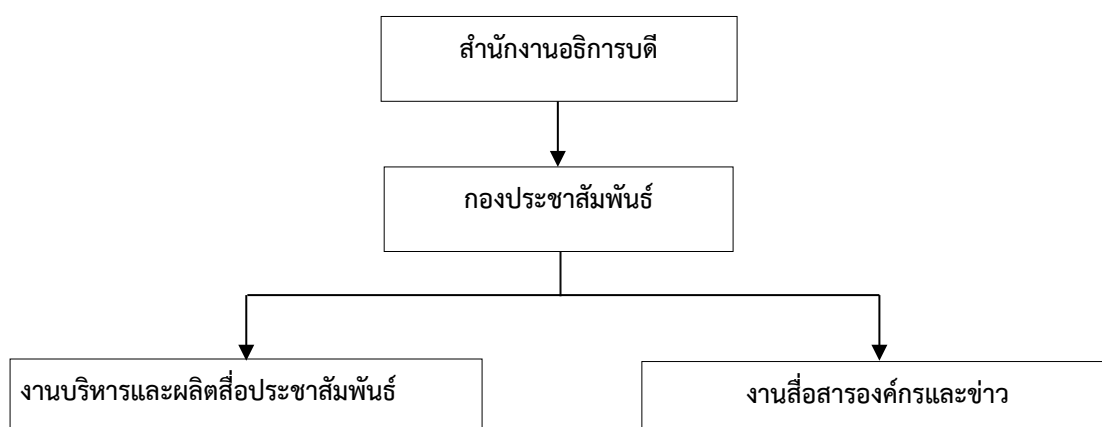
บริบทของกองประชาสัมพันธ์

กองประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เป็นหน่วยงานหนึ่งในสังกัดสำนักงานอธิการบดีมีหน้าที่เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ข่าวสารข้อมูล กิจกรรม ชี้แจงข้อเท็จจริง ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา รวมทั้งการดำเนินการด้านความร่วมมือกับ ต่างประเทศเพื่อรองรับภารกิจ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยให้สอดคล้องกับบทบาท 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

๑. งานบริหารและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์
๒. งานสื่อสารองค์กรและข่าว

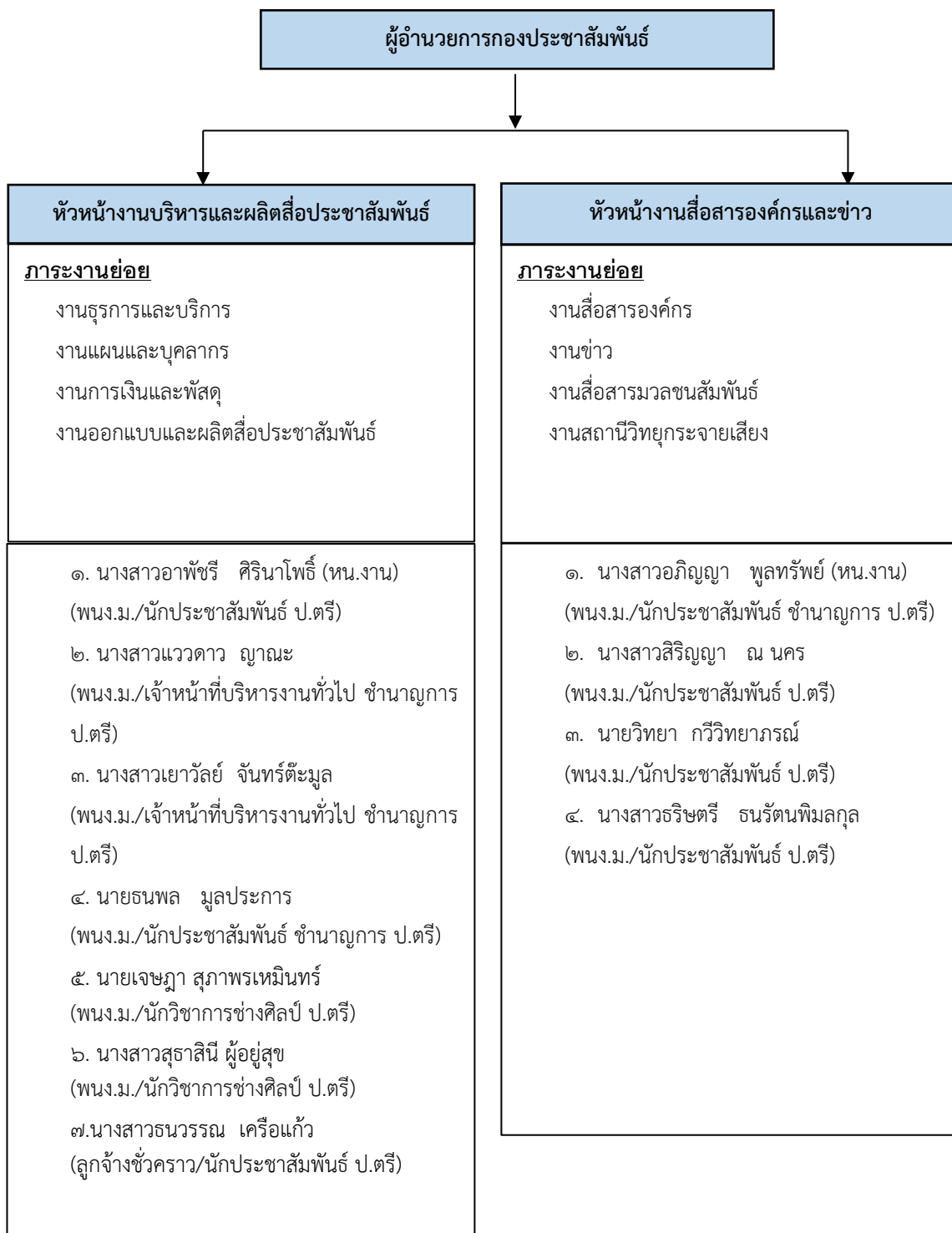
โครงสร้างองค์กรและโครงสร้างการบริหารจัดการ/แผนภูมิการแบ่งส่วนงาน

การแบ่งส่วนราชการและส่วนงานภายใน กองประชาสัมพันธ์ (ประกาศ ณ ๑๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓)



ภาพประกอบที่ ๗ ผังโครงสร้างองค์กร

โครงสร้างการบริหารจัดการ



ภาพประกอบที่ ๘ ผังโครงสร้างการบริหารงานของกองประชาสัมพันธ์

วิสัยทัศน์ พันธกิจ นโยบาย วัตถุประสงค์/ภารกิจ และเป้าหมายของวัตถุประสงค์/ ภารกิจของหน่วยงาน

วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำการสื่อสารที่มุ่งผลสัมฤทธิ์อย่างมีคุณภาพ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและยั่งยืน
ของมหาวิทยาลัย

พันธกิจ

"กองประชาสัมพันธ์มุ่งสื่อสารเชิงรุกอย่างมีประสิทธิภาพ เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และสนับสนุน
การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน" สอดคล้องกับลักษณะของพันธกิจที่ดีตามหลักการดังนี้

๑. ชัดเจนและเข้าใจง่าย: พันธกิจนี้ระบุสิ่งที่กองประชาสัมพันธ์จะทำการอย่างชัดเจน เช่น
"สื่อสารเชิงรุก", "เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี" และ "สนับสนุนการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน" ทำให้ทุก
คนในองค์กรสามารถเข้าใจบทบาทและเป้าหมายได้ง่าย

๒. เน้นการกระทำ: พันธกิจนี้มีค่าที่บ่งชี้ถึงการกระทำที่ชัดเจน เช่น "มุ่งสื่อสารเชิงรุก" ซึ่ง
สะท้อนถึงความพยายามที่จะส่งสารไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและตรงจุด

๓. สอดคล้องกับวิสัยทัศน์: พันธกิจนี้เชื่อมโยงกับวิสัยทัศน์ที่เน้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี
และมีคุณภาพ เพราะการสื่อสารเชิงรุกและมีประสิทธิภาพจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและยั่งยืน
ให้กับมหาวิทยาลัย

๔. สามารถทำได้จริง: การสื่อสารเชิงรุกและการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเป็นสิ่งที่สามารถ
ดำเนินการได้จริงในบริบทของกองประชาสัมพันธ์ โดยใช้เครื่องมือและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่
เหมาะสม

๕. มุ่งเน้นผลลัพธ์: พันธกิจนี้มุ่งเน้นการสร้างผลลัพธ์ที่ชัดเจน เช่น การเสริมสร้าง
ภาพลักษณ์ที่ดี และการสนับสนุนการพัฒนาองค์กรในระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับการมุ่งสู่
ความสำเร็จที่ยั่งยืน

นโยบาย

P๑ : เร่งสร้างภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยให้เป็นมหาวิทยาลัยที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่าง
เท่าเทียม ทันสมัย ทัดเทียมมหาวิทยาลัยชั้นนำมุ่งเน้นการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

P๒ : สื่อสารประชาสัมพันธ์เชิงรุกและเชิงรับเพื่อส่งเสริมสนับสนุนการขับเคลื่อน
ยุทธศาสตร์และแผนพัฒนามหาวิทยาลัย

P๓ : พัฒนสมรรถนะด้านการประชาสัมพันธ์

P๔ : สร้างศักยภาพให้บุคลากรมหาวิทยาลัยเป็นนักประชาสัมพันธ์และมีบทบาทในการ
ประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์

๐๑ : เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้ประชาคมรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานมหาวิทยาลัยอย่าง
ถูกต้องและต่อเนื่อง

๐๒ : สร้างทัศนคติเชิงบวกและความเชื่อมั่นต่อมหาวิทยาลัย

๐๓ : สร้างการยอมรับและมีส่วนร่วมของเครือข่ายและกลุ่มเป้าหมายในการดำเนินงาน
ตามยุทธศาสตร์และแผนพัฒนามหาวิทยาลัย

- ๐๔ : สร้างคลังข้อมูลสารสนเทศด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย
- ๐๕ : เพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรผู้รับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์
- ๐๖ : ประเมินผลการสื่อสารการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง
- ๐๗ : เพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้บุคลากรมหาวิทยาลัยมีบทบาทเป็นนักประชาสัมพันธ์องค์กร

มาตรการ/กลยุทธ์


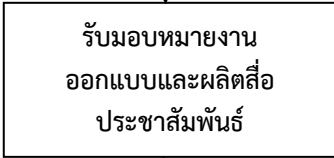
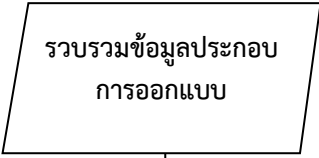
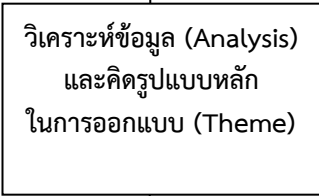
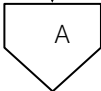
- S๑ : พัฒนาประเด็นเนื้อหาสาร (Key Message) วิธีนำเสนอสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
- S๒ : สื่อสารประเด็นเนื้อหาสารเกี่ยวกับการดำเนินงานสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในภายนอก
- S๓ : สื่อสารภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยให้มีเอกภาพภายใต้ค่านิยมและวัฒนธรรมที่สอดคล้อง
- S๔ : สื่อสารประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กรผ่านเครือข่าย เพื่อขยายผลในการสร้างทัศนเชิงบวกและความเชื่อมั่นต่อมหาวิทยาลัย
- S๘ : สร้างระบบคลังข้อมูลสารสนเทศด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย
- S๙ : บริหารจัดการข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยให้ถูกต้อง ครบถ้วนและเป็นปัจจุบัน
- S๑๐ : สร้างทักษะการใช้ฐานข้อมูลการสื่อสารและทักษะการสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างมืออาชีพ
- S๑๑ : บริหารจัดการให้มีการติดตามประเมินผลทั้งในระดับยุทธศาสตร์และระดับแผนงานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงนำข้อมูลจากการรายงานผลไปใช้ในการพัฒนาการสื่อสารประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยให้มีประสิทธิภาพ
- S๑๒ : สื่อสารค่านิยมร่วมและวัฒนธรรมองค์กรให้แก่บุคลากรมหาวิทยาลัยที่ส่งเสริมบทบาทการเป็นนักประชาสัมพันธ์องค์กร
- S๑๓ : สร้างทักษะการสื่อสารประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบให้บุคลากรมหาวิทยาลัยมีบทบาทในการเป็น Brand ambassador

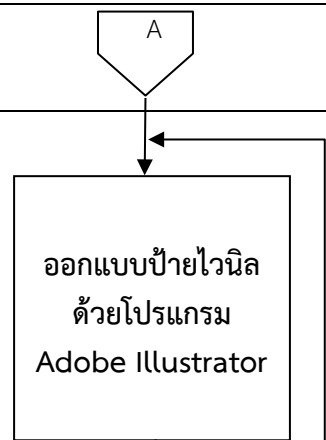
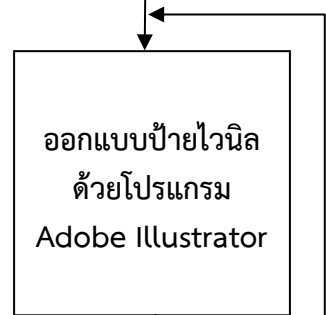

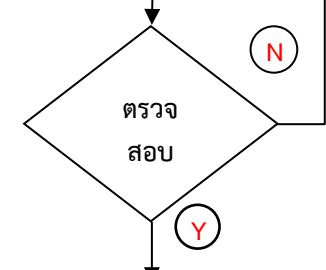
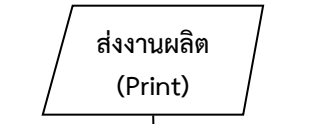


ส่วนที่ ๓
ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

ส่วนที่ ๓

ขั้นตอนการปฏิบัติงาน กระบวนการออกแบบและผลิตสื่อป้ายไววนิล

แผนภูมิสายงาน (Flowchart) กระบวนการออกแบบและผลิตสื่อป้ายไววนิล ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ Adobe Illustrator เพื่อเผยแพร่บนจุดติดตั้งป้ายมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

ขั้นตอนที่	แผนภูมิสายงาน (Flowchart)	ขั้นตอน/ วิธีดำเนินงาน	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	ระยะเวลา ดำเนินงาน
				
๑		<p>รับมอบหมายงานจากผู้บังคับบัญชาตามวาระต่าง ๆ</p> <ol style="list-style-type: none"> งานประจำที่กำลังจะเกิดขึ้นตามรอบปฏิทิน กิจกรรมหรือโครงการที่มีผู้ร้องขอใช้บริการ กิจกรรมหรือนโยบายเร่งด่วนจากมหาวิทยาลัย กระทรวงหรือรัฐบาล 	กำหนดการ, หนังสือ คำสั่งหรือไฟล์ข้อมูล	ภายใน ๓๐ นาที
๒		<ol style="list-style-type: none"> รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องในงานออกแบบสื่อป้ายไววนิลที่เป็นข้อมูลดิบ (Raw Data) เช่น ข้อมูลรายละเอียดกิจกรรมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือโจทย์ข้อมูลตั้งต้น (Data Analysis) ที่ต้องการสื่อสาร ศึกษาข้อมูลรายละเอียดของกิจกรรมเดิมที่เคยจัดมาแล้ว (Case Study) สรุปเนื้อหาและกำหนดแนวความคิด (Concept) จากข้อมูลต่าง ๆ 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	ระยะเวลา ดำเนินงาน
				
๔		<ol style="list-style-type: none"> หลักการออกแบบกราฟิก การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทป้ายไวนิล กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้องในงานออกแบบ จุดติดตั้งป้ายไวนิลประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับโปรแกรม Adobe Illustrator ขั้นตอนการออกแบบป้ายไวนิลด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator 	ไฟล์ข้อมูล ไฟล์รูปภาพ	ภายใน ๒ วัน
๕		<ol style="list-style-type: none"> การส่งออกไฟล์งาน (Export File) การส่งออกไฟล์งานออกแบบ (Export File) สำหรับสำหรับนำเสนองาน การส่งออกไฟล์งานออกแบบ (Export File) สำหรับงานพิมพ์ป้ายไวนิล 	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 	ไฟล์ข้อมูล	ภายใน ๕ วัน
๘		<ol style="list-style-type: none"> ประสานช่างผู้ติดตั้งป้าย กำหนดวันติดตั้งป้าย ควบคุมการติดตั้งป้าย 	ไฟล์ข้อมูล ไฟล์รูปภาพ	ภายใน ๕ ชั่วโมง
				

กระบวนการออกแบบและผลิตสื่อป้ายไวเนล ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ Adobe Illustrator เพื่อเผยแพร่บนจุดติดตั้งป้ายมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

ขั้นตอนที่ ๑ การรับมอบหมายงานออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

ในการรับมอบหมายงานออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ของกลุ่มงานบริหาร และผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ กองประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา (มทร. ล้านนา) จากผู้บังคับบัญชานั้น เป็นไปตามวาระงานต่าง ๆ เช่น คำสั่ง ประกาศ งาน กิจกรรม โครงการ นโยบายของหน่วยงาน มหาวิทยาลัยหรือรัฐบาล ที่ผู้ปฏิบัติงานได้รับมอบหมายแล้วนำมาสู่กระบวนการออกแบบและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เพื่อให้งานสำเร็จคล่องตัวตามวัตถุประสงค์ที่ได้รับมอบหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งผู้ปฏิบัติงานสามารถแบ่งรูปแบบการรับมอบหมายงานหลัก ๆ ได้ทั้งหมด ๓ รูปแบบด้วยกัน คือ

๑. งานประจำที่กำลังจะเกิดขึ้นตามรอบปฏิทิน
๒. กิจกรรมหรือโครงการที่มีผู้ร้องขอใช้บริการ
๓. กิจกรรมหรือนโยบายเร่งด่วนจากมหาวิทยาลัย กระทรวงหรือรัฐบาล

๑. งานประจำที่กำลังจะเกิดขึ้นตามรอบปฏิทิน

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

การออกแบบงานสื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นงานประจำ สามารถวางแผนสื่อไว้ล่วงหน้าได้ โดยมีต้องรอคำสั่งการจากผู้บังคับบัญชา 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 วันราชมงคล การประกาศรับสมัครนักศึกษาใหม่ วันเปิดภาคเรียนการศึกษา งานปฐมนิเทศนักศึกษา งานปัจฉิมนิเทศนักศึกษา พิธีพระราชทานปริญญาบัตร งานเกษียณอายุราชการ เป็นต้น

๒. กิจกรรมหรือโครงการที่มีผู้ร้องขอใช้บริการ

กิจกรรมหรือโครงการที่มีผู้ร้องขอใช้บริการ เป็นกิจกรรมที่ไม่ได้ถูกกำหนดช่วงเวลาจัดที่แน่นอนเหมือนกันทุก ๆ ปี เป็นกิจกรรมที่ผู้รับผิดชอบจัดขึ้นตามภาระงานที่จะสอดคล้องกับงานประจำและหรืองานยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติราชการของมหาวิทยาลัย คณะ หน่วยงาน เป็นส่วนหนึ่งในงานเชิงพัฒนาที่รูปแบบของกิจกรรมจะแตกต่างออกไปตามบริบทของยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย คณะ หน่วยงานต่าง ๆ ในแต่ละปี ยกตัวอย่างเช่น งานเชิญชวนสร้างน้ำพระที่จัดขึ้นโดยศูนย์วัฒนธรรมศึกษา งานวิ่ง BALA Run จัดโดยคณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ งานรณรงค์สวมหมวกกันน็อก กิจกรรมสร้างฝายชะลอน้ำของคณะวิศวกรรมศาสตร์ งานสรรหาอธิการบดี งาน RMUTL Run งาน RMUTLCON งาน CRCI งาน ICEMS งานประกาศผลสอบของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ งานประกวดที่ได้รับรางวัลของนักศึกษาหรือบุคลากรของ มทร.ล้านนา เป็นต้น งานประเภทนี้จะได้รับการร้องขอจากผู้จัดกิจกรรมเข้ามายังหน่วยงานและมีคำสั่งจากผู้บังคับบัญชาในการมอบหมายงานหรือหน้าที่รับผิดชอบต่าง ๆ และเข้าร่วมประชุมการจัดงานร่วมกับส่วนงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมดแล้วเป็นมติเอกฉันท์ในการมอบหมายหน้าที่และแนวทางการปฏิบัติงานในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานได้ดำเนินการตามแผนงานนั้น



ในส่วนงานประชาสัมพันธ์ที่ได้รับมอบหมายให้จัดทำสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือโครงการดังกล่าวตามระยะเวลาที่กำหนด ผู้บังคับบัญชาจะเป็นผู้มอบหมายวางกรอบงานให้ตามมติที่ประชุมหรือตามที่ผู้บังคับบัญชามอบหมายเพิ่มเติมจากที่ประชุม แล้วผู้ปฏิบัติหน้าที่จึงนำกรอบงานเหล่านั้นมาวางแผนการออกแบบตามกระบวนการออกแบบ กรอบงานนี้จะเป็นตัวกำหนดทิศทางงานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ทำให้การปฏิบัติงานชัดเจนและตรงตามเป้าหมายงาน

๓. กิจกรรมหรือนโยบายเร่งด่วนจากมหาวิทยาลัย กระทรวงหรือรัฐบาล

กิจกรรมหรือนโยบายเร่งด่วนจากมหาวิทยาลัย กระทรวงหรือรัฐบาล จะเป็นคำสั่งโดยตรงที่ให้มีการเร่งปฏิบัติงานอย่างเร่งด่วนที่อาจมาจากมหาวิทยาลัยที่ผู้บังคับบัญชาสูงสุดสั่งการด้วยวาจา หรือจากกระทรวงที่กำกับ คือกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม หรือจากรัฐบาลประกาศโดยตรง เพื่อตอบสนองนโยบายเร่งด่วนระดับชาติที่เกิดขึ้น เช่น งานถวายความอาลัยแด่ในหลวงรัชกาลที่ ๙ นโยบายเฝ้าระวังการแพร่ระบาดของโคโรน่าไวรัส (COVID-๑๙) นโยบายการลดค่าเทอมร้อยละ ๕๐ เป็นต้น โดยเมื่อมีคำสั่งหรือหนังสือราชการด่วนมากมาถึง ผู้ที่

เกี่ยวข้องจะได้รับมอบหมายงานจากผู้บังคับบัญชาอย่างเร่งด่วน ในการประชาสัมพันธ์ที่เป็นเสมือนด่านหน้าที่ต้องเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้รวดเร็วที่สุด จึงจำเป็นต้องทำงานในเวลาที่ย่ำกักจนบางครั้งอาจต้องทำนอกเวลาราชการ เพื่อให้งานสำเร็จลุล่วงและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ให้รวดเร็วทันเวลา

จากรูปแบบการรับมอบหมายงานทั้ง ๓ รูปแบบนั้นมีกระบวนการทำงานออกแบหลังจากที่ได้รับมอบหมายแล้วเหมือนกันทุกประการ เพียงแต่จะมีความแตกต่างกันในเรื่องของเวลาปฏิบัติงานที่ไม่เท่ากัน คือ งานประจำจะสามารถวางแผนงานออกแบต่าง ๆ และปฏิบัติงานได้ในระยะเวลาตามแผนงานตามปฏิทินที่ถูกกำหนดไว้แล้วอย่างชัดเจน จึงมีเวลาปฏิบัติงานมากกว่างานกิจกรรมหรือโครงการที่มีผู้ร้องขอใช้บริการ และในส่วนของกิจกรรมหรือนโยบายเร่งด่วนจากมหาวิทยาลัย กระทรวงหรือรัฐบาลนั้น โดยมากจะเป็นปัญหาระดับชาติที่ต้องขอความร่วมมือหรือต้องประกาศเร่งด่วนและต้องปฏิบัติให้แล้วเสร็จในเวลาที่ย่ำกัก และรวดเร็วต่อการประชาสัมพันธ์ข่าวสารนั้น ๆ ผู้ปฏิบัติงานต้องใช้ความชำนาญในการปฏิบัติหน้าที่และอาจต้องเสียสละเวลาส่วนตัวเพื่อให้แล้วเสร็จตามเวลาที่กำหนด จึงมีความยากมากกว่างานที่ได้รับมอบหมายในรูปแบบอื่น ๆ ฉะนั้นผู้ปฏิบัติงานได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการปฏิบัติงานให้บรรลุตามเป้าหมายภายใต้ข้อจำกัดของงานในรูปแบบต่าง ๆ ให้สามารถออกแบงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด จึงจัดทำคู่มือปฏิบัติงานหลักกระบวนการออกแบและผลิตสื่อป้ายไวนิล ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ Adobe Illustrator เพื่อเผยแพร่บนจุดติดตั้งป้ายภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์พื้นฐานสำหรับการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ขึ้นภายในมหาวิทยาลัยที่เป็นหัวใจหลักของการสื่อสารองค์กรที่เข้มแข็งอีกช่องทางหนึ่ง เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานและช่วยแก้ไขปัญหาข้อขัดข้องที่อาจเกิดขึ้นระหว่างปฏิบัติงานสำหรับผู้ปฏิบัติงานอื่นที่ยังไม่มีความชำนาญหรือผู้ปฏิบัติงานใหม่ ให้สามารถปฏิบัติงานและรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี

	บันทึกข้อความ	กองประชาสัมพันธ์ เลขที่บ..... 235 วันที่ 36 ม.ค. 66 เวลา 11.34 น.
ส่วนราชการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา กองพัฒนานักศึกษา โทร. ๑๙๐๖		
ที่ ยว ๐๖๕๔.๑๙/๒๒๒ วันที่ ๒๖ มกราคม ๒๕๖๖		
เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ออกแบแบบเนอรฺ์ประชาสัมพันธ์กิจกรรมปัจฉิมนิเทศนักศึกษา		
เรียน ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์		
ด้วยกองพัฒนานักศึกษา จะจัดกิจกรรมปัจฉิมนิเทศนักศึกษาชั้นปีสุดท้าย ประจำปีการศึกษา ๒๕๖๕ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่ ในวันที่ ๒๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๖ ณ หอประชุมมหาวิทยาลัยเชียงใหม่		
ในการนี้ กองพัฒนานักศึกษา ขอความอนุเคราะห์ทำนออกแบแบบเนอรฺ์กิจกรรมปัจฉิมนิเทศนักศึกษา ประจำปีการศึกษา ๒๕๖๕ เพื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางเพจเฟซบุ๊ก และเพื่อจัดทำป้ายคัทเอาท์ ขนาด ๔.๗ x ๒.๔ เมตร และขนาด ๒.๕ x ๑.๕ เมตร (ข้อความดังเอกสารแนบ) พร้อมทั้งขอติดตั้งบริเวณทางเข้าประตูสาขาสถาปัตยกรรม จำนวน ๑ ชุด ทั้งนี้ขอความกรุณาท่านส่งให้กองพัฒนานักศึกษา ภายในวันที่ ๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๖ โดยมอบหมายให้นางสาวนันทยา รังสรรค์ เป็นผู้ประสานงาน เพื่อที่จะได้ดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป		
จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา		
 (นางจิตติมา ทอเล็ก) เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ชำนาญการ รักษาการแทน ผู้อำนวยการกองพัฒนานักศึกษา		
- นอคน.จ.น.บริหารและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ -		
เวรดิทว ฐุภม (นางสาวเรวดี ฐาน๑) เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ปฏิบัติการ รักษาการแทน ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์ 25 ม.ค. 2566		

ภาพประกอบที่ ๙ ตัวอย่างหนังสือขอความอนุเคราะห์ออกแบรูปแบบคู่มือการประกันคุณภาพการศึกษา-มทร.ล้านนา

ปัญหา : ที่อาจเกิดขึ้นจากขั้นตอนการรับมอบหมายงาน

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

แนวทางแก้ไขปัญหา :

๑. ผู้ปฏิบัติงานต้องมีการทำงานล่วงเวลา เพราะงานออกแบบเป็นงานที่ต้องใช้ทั้งความคิดและลงมือปฏิบัติที่ต้องใช้เวลามาก จึงอาจต้องเสียสละเวลาส่วนตัว เพื่อให้งานออกแบบสำเร็จลุล่วงได้อย่างมีคุณภาพ
๒. เมื่อผู้ปฏิบัติงานได้รับมอบหมายงานที่ยังไม่มีหัวข้อหรือรายละเอียดของงานที่แน่นอน ควรที่จะสืบค้นตัวอย่างงานออกแบบที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน หรืองานที่คล้ายกัน เพื่อหาแนวความคิดในการออกแบบเมื่อผู้ปฏิบัติงานได้หัวข้อรายละเอียดครบถ้วนแล้วจะสามารถทำให้มีแนวความคิดในการออกแบบบ้างแล้วจะทำให้ผู้ปฏิบัติงานได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ :

ทีมงานผู้เกี่ยวข้องในการจัดงานควรมีการวางแผนงานทั้งระบบ และควรมีการประชุมประสานงานด้วยวาก่อนกับฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเร่งด่วนทันทีที่ทราบเรื่อง หรือได้รับมอบหมายงาน เพื่อให้ผู้ปฏิบัติหน้าที่ในฝ่ายต่าง ๆ ได้วางแผนงานของตนได้ในเวลาที่เหมาะสม จึงจะทำให้จัดงานที่มีคุณภาพสูงสุด

ขั้นตอนที่ ๒ รวบรวมข้อมูลประกอบการออกแบบ

ขั้นตอนการรวบรวมข้อมูลก่อนที่จะมีการเข้าสู่ขั้นตอนการออกแบบงานนั้น ผู้ปฏิบัติงานต้องมีการรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ จากแหล่งที่เกี่ยวข้องสำหรับที่จะใช้ในการออกแบบก่อน มิเช่นนั้นจะทำให้การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลตกหล่นและผิดพลาดได้ หรืออาจทำให้เกิดการเผยแพร่งานล่าช้า เนื่องจากต้องไปสืบค้นข้อมูลเพิ่มเติมในภายหลัง การรวบรวมข้อมูลจึงเป็นด่านแรกที่จะเข้าสู่กระบวนการออกแบบอย่างแท้จริง เพราะหากไม่มีข้อมูลก็จะมีสารที่ดีที่สามารถสื่อไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ ข้อมูลจึงเป็นส่วนสำคัญมาก เป็นจุดเริ่มต้นที่จะชี้ให้เห็นถึงคุณภาพของสื่อที่กำลังจะออกแบบ

ในการรวบรวมข้อมูลผู้ปฏิบัติงานได้แบ่งขั้นตอนการรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ รวมถึงการสรุปข้อมูลที่ได้ออกมาให้เห็นชัดเจน เพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลงานได้ครบถ้วนและได้ข้อมูลที่จะนำไปออกแบบมีประสิทธิภาพสูงสุด แบ่งออกได้เป็น ๓ ขั้นตอน ดังนี้

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

เมื่อผู้ปฏิบัติงานได้รับมอบหมายงานเป็นที่เรียบร้อยแล้วไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของคำสั่งจากผู้บังคับบัญชา หรือหนังสือคำสั่งที่มีการร้องขอใช้บริการก็ตาม ผู้ปฏิบัติงานจะได้ทราบถึงรายละเอียดงานและผู้เกี่ยวข้องในงานที่จะต้องประสานงานขอข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นการสืบค้นข้อมูลด้วยตนเอง เพื่อที่จะนำมาใช้ประกอบในงานออกแบบป้ายไวเนล ที่มีรูปแบบของข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ ที่ควรรวบรวมให้ครบถ้วน เพื่อใช้ประกอบในการออกแบบมีดังนี้

๑.๑ ข้อมูลตัวอักษร

คือ ข้อมูลประเภทคำ วลี หรือประโยคต่าง ๆ ที่ต้องการประชาสัมพันธ์และเป็นสารที่ปรากฏอยู่บนชิ้นงานการออกแบบ เช่น ชื่อกิจกรรมหรือชื่อโครงการ คำขวัญประจำงานหรือวัตถุประสงค์ที่จัดงาน อาจอยู่ในรูปแบบของคำที่ถูกตกแต่งให้สวยงามเรียบร้อยแล้ว ในส่วนของป้ายไวเนลงานออกแบบทั่วไปควรมีรายละเอียด วันเวลา สถานที่ ที่จะบ่งบอกให้ทราบว่า “ใครทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ อย่างไร กับใคร” ที่เป็นกรอบแนวคิด ๕W๑H ซึ่งเป็นระบบชุดคำถามเพื่อรวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่จำเป็นในการนำมาออกแบบ จึงควรใช้ข้อมูลที่สำคัญมาก แต่ให้มีเนื้อหาที่น้อยแต่ต้องสื่อให้เข้าใจง่าย คือ ชื่อของงาน วัตถุประสงค์ของงานและข้อความคำโปรยสั้น ๆ เพื่อบ่งบอกถึงการให้ติดตามอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมเมื่อคลิกที่แบนเนอร์เท่านั้น

๑.๒ ข้อมูลรูปภาพ

คือ ภาพต่าง ๆ ที่จะปรากฏอยู่บนงานออกแบบ เช่น โลโก้ (Logo) สัญลักษณ์ต่าง ๆ (Symbol) ภาพบุคคล ภาพสิ่งของ หรือสถานที่ ที่ตรงตามวัตถุประสงค์ของงาน ในส่วนของภาพประกอบผู้ปฏิบัติงานควรประสานงานส่วนเกี่ยวข้อง หรือสืบค้นจากแหล่งอื่น หรือสร้างขึ้นใหม่ด้วยการถ่ายภาพที่ต้องถ่ายขึ้นมาใหม่ ควรเก็บภาพจำนวนหลายภาพเพื่อให้มีตัวเลือกในการนำมาออกแบบหลาย ๆ ภาพ และมีการได้เปรียบเทียบความเหมาะสมภาพที่ลงตัวที่สุด และสิ่งสำคัญในการใช้ข้อมูลภาพนั้นควรระบุให้แน่ชัดหรือจัดหาไฟล์ภาพที่มีขนาดความละเอียด (dpi)

สูงที่สุดเท่าที่มี หากผู้ปฏิบัติงานถ่ายภาพประกอบชิ้นใหม่ด้วยตนเองจะทำให้ได้ภาพที่มีคุณภาพมากที่สุด เพราะภาพนั้นมีผลกระทบต่อคุณภาพของชิ้นงานออกแบบเป็นอย่างมาก

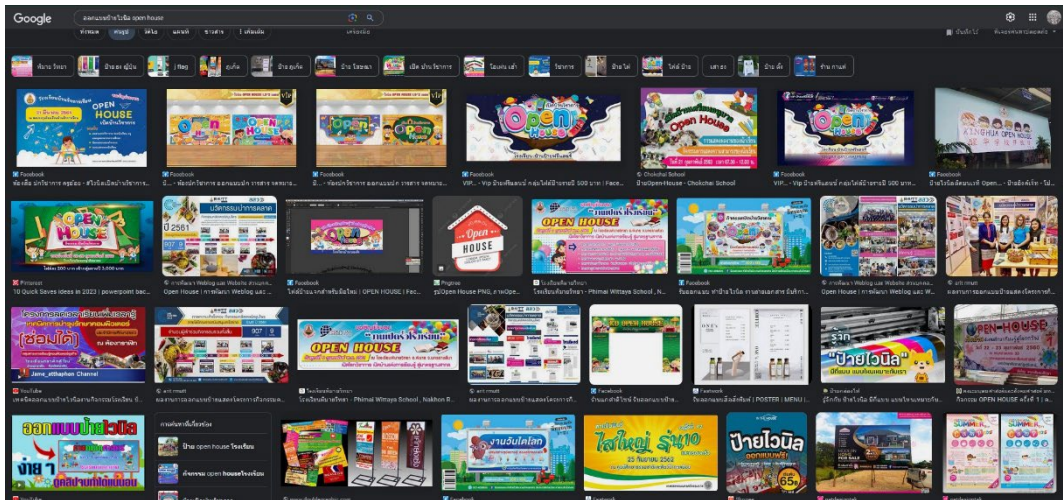
๑.๓ ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ

คือ ข้อมูลที่ผู้ออกแบบควรทราบไม่มากนักน้อย เพื่อนำมาใช้เป็นทิศทางของการออกแบบงาน เช่น กลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรองที่ต้องรับสื่อ ข้อจำกัดของงาน สีประจำวัน ลวดลายเอกลักษณ์ที่ใช้ หรือปีที่เริ่มจัดในกรณีที่เคยจัดอย่างต่อเนื่อง ที่มาที่ไปของงาน และที่สำคัญคือ วันเวลาที่ต้องส่งงานให้ทีมงานได้ตรวจสอบความถูกต้องสวยงามและเวลาที่ต้องการเผยแพร่สื่อ เป็นต้น ในการออกแบบงานขององค์กรเอกชนข้อมูลกลุ่มเป้าหมายจะเป็นหัวใจสำคัญที่สุดที่จะเป็นตัวกำหนดตัวชิ้นงานออกแบบทั้งหมด ทั้งคำโฆษณา ภาษาที่ใช้ สีรูปแบบที่ใช้ และภาพประกอบที่ใช้ล้วนถูกกำหนดจากกลุ่มเป้าหมายทั้งสิ้น แต่ในกรณีของการปฏิบัติงานออกแบบของ มทร.ล้านนา ในบางครั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบจัดงานกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ได้มีการระบุกลุ่มเป้าหมาย และรูปแบบต่าง ๆ ของงาน ที่เป็นมติจากที่ประชุมให้เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้ปฏิบัติงานจึงสามารถขอข้อมูลที่ผู้จัดต้องการได้โดยตรง โดยไม่ต้องนำกลุ่มเป้าหมายมาวิเคราะห์ซ้ำให้เสียเวลาจนทำให้งานล่าช้าได้

๑.๔ ข้อมูลที่เป็นองค์ความรู้เพิ่มเติม

คือ ข้อมูลที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของงาน แต่เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ ที่อาจได้ใช้ประกอบการตัดสินใจในการออกแบบงาน เช่น กระแสของโลกในขณะนั้น ทฤษฎีสี การจัดวางองค์ประกอบ การใช้ตัวอักษร การนำภาพที่เป็นของผู้อื่นมาใช้งาน กฎหมายการละเมิดลิขสิทธิ์ที่เกี่ยวข้องกับงานออกแบบ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ปฏิบัติงานควรทราบเพื่อมิให้เกิดปัญหาต่าง ๆ 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 ในการค้นหางานป้ายที่มีการเผยแพร่ไปแล้วในเว็บไซต์สามารถทำได้ดังภาพตัวอย่าง การค้นหางานออกแบบป้ายไวเนลงาน Open House ที่มีการเผยแพร่ในอินเทอร์เน็ต (Internet) จากเว็บไซต์ Google



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

๒. ศึกษาข้อมูลรายละเอียดของกิจกรรมเดิมที่เคยจัดมาแล้ว (Case Study)

การศึกษาข้อมูลรายละเอียดของงาน กิจกรรม โครงการเดิมที่เคยจัดมาแล้ว หรืองานที่จัดในรูปแบบคล้ายคลึงกันมาก่อนแล้วนั้น เป็นการศึกษกรณีตัวอย่างที่ช่วยทำให้ผู้ปฏิบัติงานเข้าใจรูปแบบแนวทางเดิมและหัวใจสำคัญของงาน ไม่ว่าจะป็นรูปแบบงาน สี ขนาดของงาน ขนาดตัวอักษร การใช้ภาพประกอบต่าง ๆ เป็นการศึกษาคือและข้อเสียของงานที่เคยเกิดขึ้นมาแล้ว ทำให้ผู้ปฏิบัติงานทราบและระวังไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดนั้นซ้ำอีกครั้ง เป็นการป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในงาน และยังเป็นการศึกษาข้อมูลงานออกแบบเดิมหรือกรอบความคิดเดิมที่เคยจัดทำมาแล้ว และไม่ทำรูปแบบงานซ้ำหรือคล้ายคลึงกันจนเกินไป เพราะอาจทำให้งานนั้นน่าเบื่อ หรือผู้รับสารอาจคิดว่าเป็นงานเดิมและไม่ให้ความสนใจ

ในการออกแบบและผลิตสื่อป้ายไวเนลก็เช่นกัน ผู้ปฏิบัติงานควรดูแลแนวทางและศึกษกรณตัวอย่าง (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) จากข้อมูลต่าง ๆ ที่มีที่ต้องการ ประชาสัมพันธ์

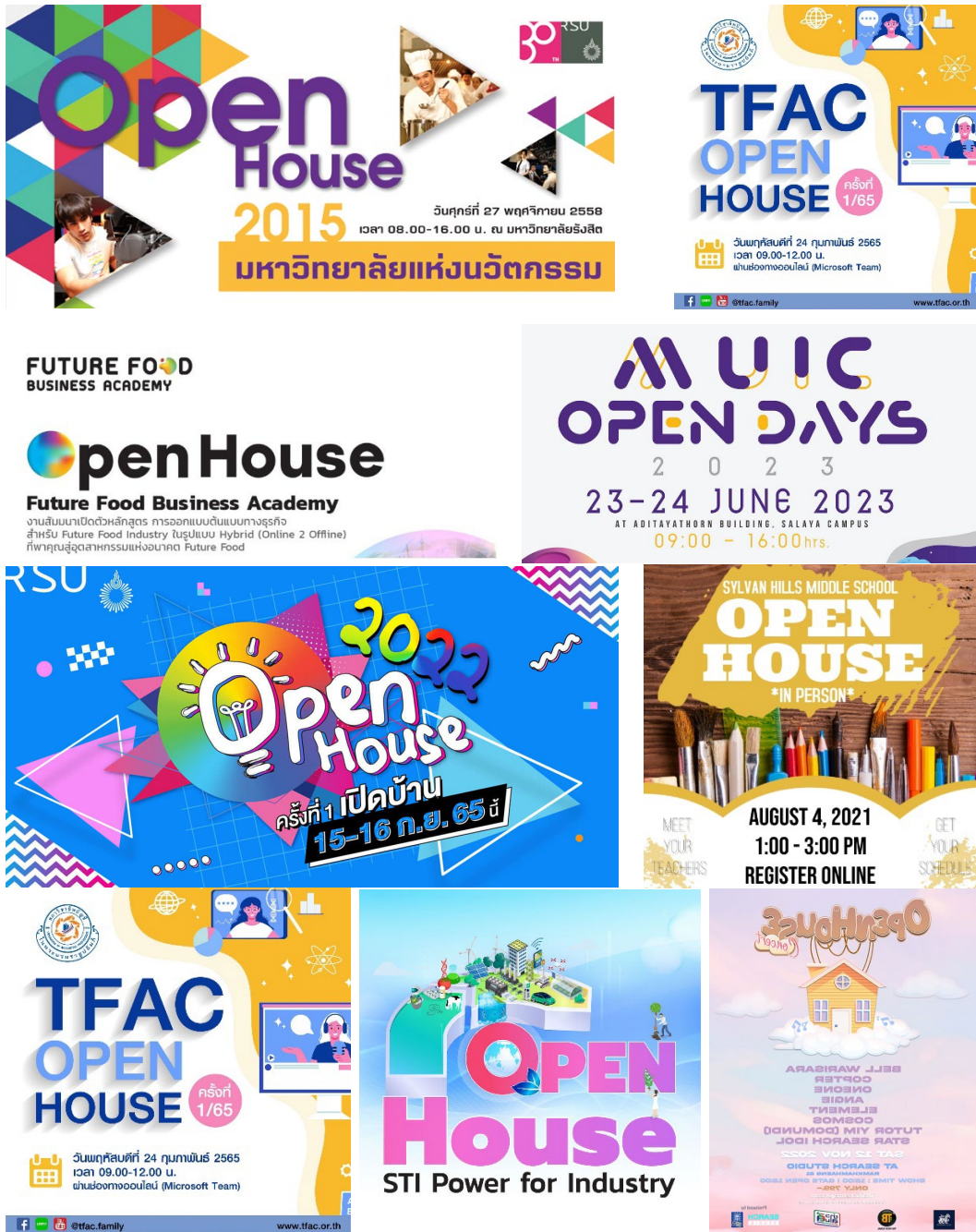
๓.๑ การสรุปเนื้อหาทั้งหมด

เป็นการสรุปข้อมูลเพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวความคิด (Concept) ของงาน ซึ่งแนวความคิดที่ดีนั้นต้องเป็นแนวความคิดที่ตอบสนองเป้าหมายของการจัดงานและยังเป็นจุดเริ่มต้นของงานออกแบบที่กำลังจะลงมือปฏิบัติตนเอง เพราะฉะนั้นการสรุปเนื้อหาที่ดีย่อมทำให้งานออกแบบมีคุณภาพเพิ่มมากยิ่งขึ้น เมื่อผู้ปฏิบัติงานได้ข้อมูลที่เป็นตัวอักษร ข้อมูลรูปภาพ ข้อมูลทั่วไป และข้อมูลองค์ความรู้เพิ่มเติมเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงนำมาสรุปข้อมูลที่มีทั้งหมดด้วยการคัดเลือกข้อมูลตัวอักษรที่เรียกง่าย ๆ 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 หรือตัวอักษรที่ใช้ในงานสื่อประชาสัมพันธ์ขององค์กรอื่น ๆ มาสรุปว่ามีรูปแบบการใช้อย่างไร แล้วคัดเลือกรูปแบบที่สอดคล้องกับข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับงาน ที่ได้รับมอบหมายขององค์กร เช่น กลุ่มเป้าหมายหลักของงาน Open House ๒๐๒๓ มทร.ล้านนา ที่ต้องการประชาสัมพันธ์ให้รับทราบข่าวสาร คือ นักเรียนของโรงเรียนต่าง ๆ ในภาคเหนือ และกลุ่มเป้าหมายรองคือ นักศึกษา บุคลากร มทร.ล้านนา และประชาชนทั่วไป นี่เป็นข้อมูลทั่วไปที่แน่ชัด ผู้ปฏิบัติงานสามารถนำมาเป็นตัวชี้วัดในการคัดเลือก การจัดองค์ประกอบ การเลือกใช้วลีหรือประโยคคำพูด และรูปแบบของอักษร (Font) ของสื่อประชาสัมพันธ์ตัวอย่างได้เป็นต้น ผู้ปฏิบัติงานควรใช้วิธีการสรุปข้อมูลด้วยวิธีดังนี้

๑) คัดเลือกสื่อประชาสัมพันธ์ตัวอย่างที่ได้ค้นหาแล้วและเลือกรูปแบบที่มีผู้ใช้ประชาสัมพันธ์มากที่สุดและมีความเหมาะสมกับรูปแบบกลุ่มเป้าหมายของสื่อประชาสัมพันธ์ขององค์กร เพื่อสรุปข้อความและรูปแบบแนวทางการใช้สี ลักษณะของตัวอักษร ที่จะกลายเป็นบุคลิกของงานออกแบบต่อไป เพราะในการเลือกใช้รูปแบบข้อความตามที่มีผู้ใช้ประชาสัมพันธ์มากที่สุดมาแล้วนั้น จะทำให้เกิดเป็นการต่อยอดการเผยแพร่สื่อที่มีการรับรู้ของกลุ่มผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายอยู่แล้วว่าหากมีสื่ออื่นที่มีลักษณะคล้ายกันออกมาให้เห็นจะสามารถรับรู้ได้ทันทีว่าเป็นงานอะไร ดังนั้นหากผู้ปฏิบัติงานต้องการให้สื่อประชาสัมพันธ์สามารถสื่อสารความหมายข้อความได้ในวงกว้างและรวดเร็ว การคัดเลือกรูปแบบข้อความของสื่อที่ดีมีประสิทธิภาพอยู่แล้วมาใช้เป็นแนวทางจึงเป็นข้อสำคัญอีกขั้นตอนหนึ่งที่ต้องให้ความสำคัญ ดังเช่นภาพตัวอย่าง งานที่คัดเลือกมาแล้วจากการค้นหาสื่อในอินเทอร์เน็ต



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

๒) ตรวจสอบสื่อประชาสัมพันธ์เดิมที่เคยเผยแพร่ไปแล้ว ว่ามีข้อมูลตัวอักษร วลีหรือประโยค หรือคำขวัญที่จำเป็นต้องใช้ประชาสัมพันธ์ต่อเนื่องหรือไม่ เพราะถือเป็นการแสดงตัวตนเฉพาะของกิจกรรมนั้น คือสัญลักษณ์ของงานที่บ่งบอกความเป็นตัวตนในการจัดกิจกรรมให้กลุ่มเป้าหมายรับทราบว่ามีกิจกรรมนี้ขึ้นอีกครั้งแล้ว ทำให้มีการตอบสนองของกลุ่มเป้าหมายที่เร็วยิ่งขึ้นกว่าที่จะทำความเข้าใจกับคำขวัญหรือประโยคคำประชาสัมพันธ์คำใหม่ที่ใช้จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์

ภาพตัวอย่างป้ายงาน Open House เดิมที่เคยใช้ประชาสัมพันธ์



ภาพประกอบที่ ๑๒ ตัวอย่างงานออกแบบเดิมที่เคยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์
ของงาน Open House ๒๐๑๙ ของ มทร.ล้านนา

ดังภาพตัวอย่างป้ายงาน Open House เดิมที่เคยใช้ประชาสัมพันธ์ของ มทร. ล้านนา ผู้ปฏิบัติงานจะเห็นถึงข้อมูลเดิมที่ใช้เผยแพร่ไปแล้วมีอะไรบ้าง และข้อความส่วนไหนยังสามารถนำกลับมาเผยแพร่ซ้ำได้อีกหรือไม่ แต่บางครั้งการจัดกิจกรรมในแต่ละปีอาจใช้คำประชาสัมพันธ์นำเสนอในรูปแบบใหม่ตามความนิยม หรือตามนโยบายขององค์กรเพื่อให้มีความทันสมัยเป็นปัจจุบัน ในการศึกษางานออกแบบจากป้ายเดิมที่เคยประชาสัมพันธ์แล้วก็ยังสามารถศึกษาว่าเคยประชาสัมพันธ์อะไรไปแล้วและควรประชาสัมพันธ์สิ่งใดต่อจากเดิมเพื่อให้มีความสอดคล้องและต่อเนื่องที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์ขององค์กรที่ชัดเจนได้

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 คือภาพที่เกิดจากจุดสีเล็ก ๆ จำนวนมากมาเรียงต่อกันเป็นภาพหากมีการขยายภาพมาก ๆ จะเห็นเป็นช่องสี่เหลี่ยมสีต่าง ๆ 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.ล้านนา



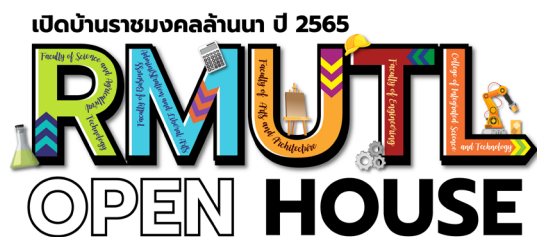
ภาพประกอบที่ ๑๔ ตัวอย่างภาพจริงที่ใช้ประกอบในงานออกแบบป้ายงาน Open House ๒๐๑๙ ของ มทร.ล้านนา

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

การใช้ภาพกราฟิกประกอบการออกแบบ จะให้ความรู้สึกถึงความทันสมัย ไม่จริงจังหรือมีความเป็นทางการมากเกินไป สามารถสร้างสรรค์สีสันและลายเส้นได้หลากหลาย โดยมากจะใช้ในงานที่ไม่จริงจัง หรือใช้ในงานออกแบบที่ต้องการสื่อสารกับนักศึกษาที่เป็นคนรุ่นใหม่จะสามารถดึงดูดความสนใจได้มากกว่างานออกแบบที่ให้ความรู้สึกที่จริงจังหรือเป็นทางการ ผู้ปฏิบัติงานสามารถดาวน์โหลดภาพกราฟิกได้จากเว็บไซต์ที่มีบริการให้ฟรีแล้วนำมาปรับใช้ประกอบในงานออกแบบได้ เพื่อให้ปฏิบัติงานด้วยความรวดเร็วยิ่งขึ้น



ภาพพื้นหลัง



ภาพสัญลักษณ์ของงาน Open House



ภาพประกอบวัตถุต่าง ๆ



ภาพตราสัญลักษณ์ ของคณะและมหาวิทยาลัย

ภาพประกอบที่ ๑๕ ตัวอย่างภาพกราฟิกที่ใช้ประกอบในงานออกแบบป้าย Open House ๒๐๒๒

ในการสรุปข้อมูลภาพและตัวอักษรที่รวบรวมมาทั้งหมดเพื่อที่จะใช้ประกอบในการออกแบบนั้นยังเป็นข้อมูลเบื้องต้นที่ยังสามารถแก้ไขให้ดีขึ้นได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลในลำดับต่อไป เพื่อให้ได้งานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพที่สุด แล้วจึงนำเสนอผู้เชี่ยวชาญหรือผู้บังคับบัญชาในการขอคำแนะนำเพื่อให้งานสมบูรณ์ยิ่งขึ้นและผ่านการเห็นชอบเพื่อการปฏิบัติงานในขั้นตอนต่อไป

๓.๒ การกำหนดแนวความคิดในการออกแบบ (Concept of Design)

แนวความคิดในการออกแบบ (Concept of Design) คือแนวทางที่จะนำไปใช้ในการสร้างสรรค์งานออกแบบโดยต้องอาศัยจินตนาการผนวกกับสิ่งที่เป็นแนวความคิดเริ่มต้นที่จะนำมาใช้เป็นพื้นฐานในการออกแบบสิ่งต่าง ๆ เช่น การออกแบบป้ายที่มีแนวความคิดในการออกแบบมาจากความฝันของเด็ก ๆ ที่มีการวาดฝันของตนเอง เช่น จิตรกรนักวาดรูปตัวน้อย ซึ่งผู้ปฏิบัติงานอาจจะใช้อุปกรณ์ในการใช้วาดภาพ หรือพื้นผิวของกระดาษวาดรูปหรือผ้าใบที่จิตรกรใช้ในการวาดรูปมาตกแต่งในงานออกแบบ เป็นต้น การเลือกสรรค์สิ่งต่าง ๆ ที่ได้จากพื้นฐานแนวความคิดที่ได้เลือกมาแล้วทั้งหมด จะทำให้สามารถนำมาสร้างเป็นแนวคิดหลักในการออกแบบได้ (Conceptual Design) เมื่อผู้ปฏิบัติงานได้สรุปข้อมูลทั้งหมดเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จะทำให้เริ่มทราบถึงสิ่งที่ควรกระทำอย่างเป็นรูปธรรมและเล็งเห็นภาพร่างของสื่อที่จะต้องออกแบบในเบื้องต้น ทั้งนี้จึงทำให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถกำหนดกรอบแนวคิดออกมาได้ด้วยการคิดรวบยอด ซึ่ง “การคิดรวบยอด หรือ มโนทัศน์ หมายถึง ภาพหรือความคิดในสมองของบุคคลที่เป็นตัวแทนของสิ่งหนึ่ง ซึ่งภาพหรือความคิดนั้นจะประกอบด้วยคุณสมบัติร่วมที่เป็นลักษณะเฉพาะของสิ่งนั้น สำหรับสิ่งหนึ่งหรือเรื่อง หนึ่งนั้นแต่ละบุคคลอาจมีภาพหรือความคิดในสมองต่างกันได้” (ราชบัณฑิตยสถาน, ๒๕๕๑: ๘๓) เมื่อผู้ปฏิบัติงานมีความคิดในสมองที่เป็นภาพร่างจากพื้นฐานข้อมูลทั้งหมดแล้วจะต้องเขียนออกมาให้ชัดเจนและกำหนดแนวความคิดที่ชัดเจนออกมา เพื่อให้การปฏิบัติงานออกแบบไม่ออกนอกกรอบวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยมีตัวอย่างวิธีการเขียนสรุปข้อมูลเพื่อกำหนดแนวความคิดดังนี้

๓.๒.๑ **โจทย์ตั้งต้น (Program Analysis)** คือ การออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์งาน Open House ๒๐๒๒

๓.๒.๒ **วัตถุประสงค์ (Objective)** เพื่อให้มีกลุ่มเป้าหมายและบุคคลภายนอกเข้าร่วมกิจกรรม Open House ๒๐๒๒ ภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

๓.๒.๓ **กลุ่มเป้าหมาย (Target Audience)** คือนักเรียนจากโรงเรียนและวิทยาลัยต่าง ๆ ในเขตภาคเหนือ

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

๓.๒.๕ **ข้อจำกัดของสื่อ (Limitation)** คือ ออกแบบป้ายไว้นิลให้มีขนาดเท่ากับจุดติดตั้งที่พอดีในทุกจุด

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

๓.๒.๗ **ภาพประกอบ (Illustration)** คือ ภาพกราฟิกสีสันสดใส ที่แสดงถึงการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

๓.๒.๘ **ข้อความคำโปรย (Blurb)** คือ คำที่ใช้เพื่อบอกรายละเอียดของงานสั้น ๆ แต่ต้องมีความน่าสนใจ โดยวิเคราะห์และคัดกรองจากรายละเอียดกิจกรรมทั้งหมด

๓.๒.๙ **แนวความคิด (Concept)** คือ การวาดฝันของเด็ก ๆ ที่มีแต่โลกที่สวยงามสดใส

จากตัวอย่างการสรุปข้อมูลข้างต้นจะทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นภาพรวมและกรอบแนวความคิด (Concept) เบื้องต้น ที่ผู้ปฏิบัติงานสามารถมองเห็นเป็นภาพร่างคร่าว ๆ ในหัวได้ แต่ข้อมูลพื้นฐานเหล่านี้ยังมีตัวอักษรบางส่วนยังไม่ใช่ข้อมูลที่ใช้ในงานได้เลยทันที เช่น คำประชาสัมพันธ์ข้อมูลกิจกรรมต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องมีในป้ายประชาสัมพันธ์ ต้องมีการนำไปวิเคราะห์และกลั่นกรองข้อมูลต่อเพื่อให้สื่อประชาสัมพันธ์ได้มีข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำมากที่สุด

ปัญหา : ที่อาจเกิดขึ้นในขั้นตอนการรวบรวมข้อมูลประกอบการออกแบบ

๑. ข้อมูลของกิจกรรมที่ได้รับมอบหมายงานยังไม่แน่นอน มีการเปลี่ยนแปลงของกิจกรรมตลอดเวลาจนไม่สามารถที่จะสรุปข้อมูลต่าง ๆ ได้ ทำให้การปฏิบัติงานในขั้นตอนต่อไปล่าช้า

๒. ข้อมูลภาพมีขนาดและความละเอียดภาพเล็ก เพราะเป็นรูปที่สืบค้นมาจากอินเทอร์เน็ต (Internet) ที่ต้องการใช้มีรูปแบบที่เหมาะสมกับงาน

๓. ข้อมูลภาพที่ได้รับจากส่วนงานที่เกี่ยวข้องที่ร้องขอใช้บริการเป็นภาพที่มีลิขสิทธิ์ เพราะผู้ปฏิบัติงานหน่วยงานอื่นอาจไม่ทราบเรื่องของลิขสิทธิ์ภาพ จึงมีการนำรูปมาใช้งาน เมื่อส่งข้อมูลภาพนั้นมาให้ผู้ปฏิบัติงานทำการออกแบบจะไม่สามารถนำมาใช้ในงานออกแบบได้ หากมิได้รับอนุญาต

แนวทางแก้ไขปัญหา :

๑. ผู้ปฏิบัติงานต้องมีการสืบค้นข้อมูลเพิ่มเติมด้วยตนเองจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เช่น มหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงหรือองค์กรเอกชนที่ชำนาญเฉพาะด้านนั้น ๆ ที่ได้รับการยอมรับ
๒. ผู้ปฏิบัติงานต้องนำภาพที่ต้องการใช้มาทำให้เป็นภาพกราฟิกที่เป็นไฟล์ Vector ในโปรแกรม Adobe Illustrator เพื่อที่จะทำให้เมื่อมีการขยายภาพให้ใหญ่ขึ้นในการทำป้ายไว้นิล ขนาดใหญ่ภาพนั้นจะไม่แตก
๓. หากข้อมูลภาพที่สืบค้นมามีลิขสิทธิ์เป็นภาพที่ไม่ได้ระบุว่าอนุญาตให้ใช้งานโดยอิสระได้ ให้ทราบไว้ว่าภาพเหล่านั้นอาจมีลิขสิทธิ์ ผู้ปฏิบัติงานไม่สามารถนำภาพมาใช้ประกอบงานออกแบบได้โดยพลการต้องมีการขออนุญาตหรือซื้ออย่างถูกต้องตามกฎหมายเท่านั้น และหากภาพนั้นเป็นของหน่วยงานภาครัฐอื่น ๆ ผู้ปฏิบัติงานสามารถทำหนังสือราชการขออนุญาตใช้ หรือใช้การประสานงานด้วยวาจาก่อนทางโทรศัพท์ เพื่อความรวดเร็วต่อกระบวนการทำงานลำดับต่อไป และสำหรับภาพที่ไม่มีแหล่งที่มาก็ไม่ควรนำมาประกอบในงานออกแบบเช่นกัน เพราะอาจทำให้มีผู้แสดงตนเป็นเจ้าของในภายหลังจากที่ได้มีการเผยแพร่สื่ออื่น ๆ ไปแล้ว และอาจเกิดปัญหาการฟ้องร้องขึ้นในภายหลัง

ข้อเสนอแนะ :

๑. ผู้ปฏิบัติงานควรลงมือสืบค้นหาข้อมูลต่าง ๆ เพิ่มเติมด้วยตนเอง แม้ว่าจะได้รับมอบหมายงานพร้อมข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ มาแล้วก็ตาม เพราะจะทำให้ผู้ปฏิบัติงานเข้าใจงานที่ต้องออกแบบมากขึ้น
๒. หากงานที่ได้รับมอบหมายไม่ใช้งานเร่งด่วน ผู้ปฏิบัติงานควรลงมือถ่ายภาพประกอบงานนั้น ๆ ด้วยตนเอง เพราะจะทำให้ได้ภาพที่มีคุณภาพมากและยังเป็นเอกลักษณ์ขององค์กรอีกด้วย
๓. ข้อมูลที่ได้มาทั้งหมดควรจัดเก็บในแฟ้มงานแยกตามหัวข้อ เพื่อช่วยให้ง่ายในการสืบค้นนำกลับมาใช้งานในภายหลัง
๔. หากมีการใช้งานภาพกราฟิกให้ผู้ปฏิบัติงานสร้างสรรค์ด้วยตนเองจะทำให้งานออกแบบมีเอกลักษณ์เฉพาะตน

ขั้นตอนที่ ๓ วิเคราะห์ข้อมูล (Analysis) และคิดรูปแบบหลักในการออกแบบ (Theme)

การวิเคราะห์ข้อมูล (Analysis) และคิดรูปแบบหลักในการออกแบบ (Theme) หรือที่นักออกแบบเรียกว่า “การคิดธีมงาน” นั้นเอง เป็นขั้นตอนที่สำคัญมากอีกขั้นตอนหนึ่ง เพราะเป็นขั้นตอนที่จะแสดงให้ผู้ปฏิบัติงานเห็นภาพของงานออกแบบที่ยังเป็นนามธรรมจากการสรุปรูปแบบข้อมูลที่มีให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจนขึ้น เป็นทิศทางที่จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็วยิ่งขึ้น หากผู้ปฏิบัติงานไม่มีการวิเคราะห์ข้อมูลออกมาก่อนและไม่สามารถกำหนดรูปแบบงานหลักได้ จะทำให้การลงมือปฏิบัติงานออกแบบไม่ตรงเป้าหมายงาน ทำให้เสียเวลาทำงานออกแบบหลายชิ้นงาน เพื่อคัดเลือกงานที่ตรงความต้องการและเป้าหมายงานมากที่สุด และทำให้ใช้เวลาในการทำงานเพิ่มมากขึ้นจนงานสำเร็จล่าช้า

ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่จะทำให้ได้มาซึ่งรูปแบบงานหลักของงานหลังจากที่ได้สรุปรูปแบบข้อมูลทั้งหมดแล้วนั้น ผู้ปฏิบัติงานควรปฏิบัติตามขั้นตอนดังนี้

๑. การคิดอย่างเป็นขั้นตอน (Linear Reasoning)

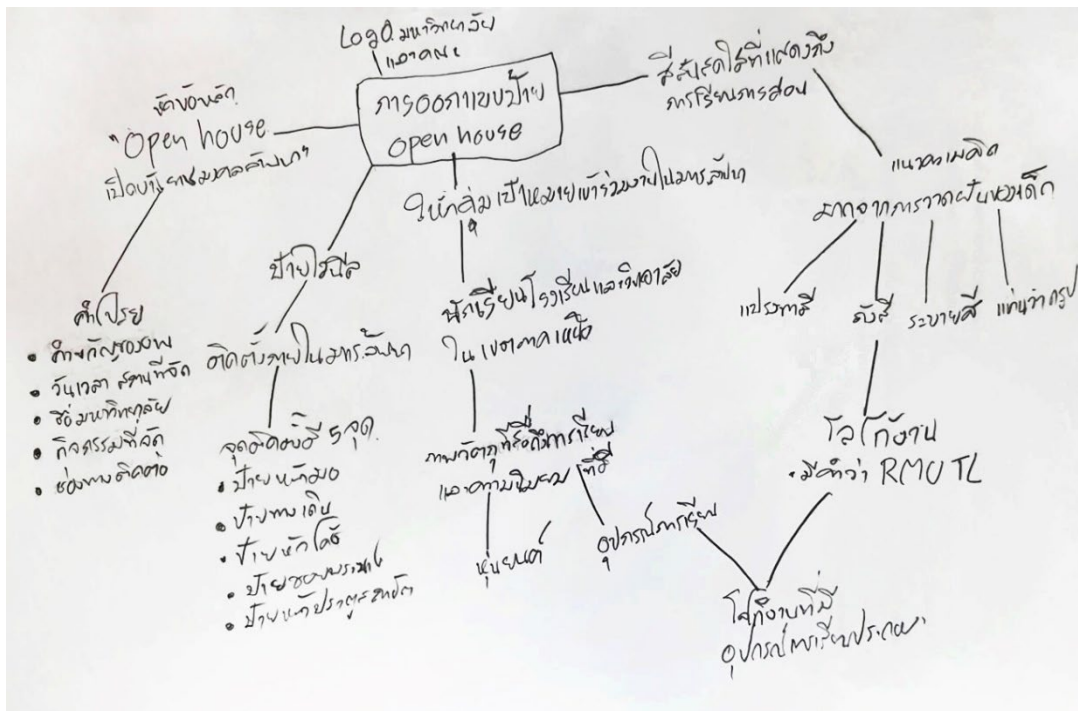
การคิดอย่างเป็นขั้นตอน (Linear Reasoning) นั้นเป็นเหมือนขั้นตอนที่ทำให้เกิดวิีคิดและการให้เหตุผลเชิงเส้น เพื่อให้ได้ข้อสรุปแนวทางนำไปสู่การออกแบบที่ดี และมีนักออกแบบที่ได้กล่าวถึงขั้นตอนนี้ว่า “การคิดอย่างเป็นขั้นตอนหมายถึงวิีคิดแบบเป็นลำดับขั้นมีแนวทางดำเนินการชัดเจน บ่อยครั้งที่วิีนี้จะมีการคำนึงถึงไอดีเดียวหรือคอนเซ็ปต์สุดท้ายไว้ล่วงหน้า แล้วจึงสร้างแนวทางการดำเนินการเพื่อไปถึงผลลัพธ์สุดท้ายนั้น ปกติวิีนี้จะมีการชอยไอดีหลักออกเป็น ส่วนย่อย ๆ เพื่อให้ง่ายต่อการจัดการ เช่น ส่วนของสี ตัวอักษร องค์ประกอบ ก่อนจะนำทุกส่วนมาควมรวมกันเป็นผลลัพธ์สุดท้ายที่เหมาะสมกับคอนเซ็ปต์ที่กำหนดไว้” (Dabner, Stewart, Zempol, ๒๐๑๕, น.๑๔, ผู้แปล จุติพงศ์ ภูสุมาตและสุวิสา แซ่อึ้ง) วิีการคิดอย่างเป็นขั้นตอนนี้จึงจำเป็นกับผู้ที่ไม่สามารถขมวดแนวคิดของตนเองให้ครอบคลุมกระบวนการคิดทั้งหมดให้ออกมาเป็นงานออกแบบได้ ซึ่งมีวิีการและรูปแบบการปฏิบัติดังนี้

๑.๑ การเขียนหัวข้องาน คือการเขียนหัวข้อทั้งหมดจากการสรุปรูปแบบแนวคิดการออกแบบทุกหัวข้อบนกระดาษเพื่อให้มองเห็นภาพรวมทั้งหมดที่ชัดเจน

๑.๒ การเขียนรายละเอียดปลีกย่อย คือการเขียนข้อมูลที่เป็นรายละเอียดอื่นที่นอกจากหัวข้อเพิ่มเติมไว้ใต้หัวข้อหลักที่เขียนในขั้นตอนที่ ๑.๑ โดยใช้การโยงเส้นแบบง่าย ๆ เพื่อให้ดูเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน เป็นการหาจุดเชื่อมโยงและรวบรวมข้อมูลทั้งหมดให้อยู่ภายใต้แนวความคิดในการออกแบบ

๑.๓ การเขียนจุดเชื่อมโยงอื่นที่เกี่ยวข้อง คือการเขียนข้อมูลเพิ่มเติมจากข้อมูลที่เป็นรายละเอียดอื่น ในข้อ ๑.๒ เช่น การรูปแบบสี วัตถุที่จะใช้เป็นภาพประกอบ ลักษณะลูกเล่นที่แตกออกมาจากแนวความคิดที่ตั้งไว้

เมื่อผู้ปฏิบัติงานได้ลงมือเขียนตามขั้นตอนแล้วจะทำให้เห็นภาพรวมของแนวคิดที่เรียกว่ากรอบแนวคิดที่จะนำไปสู่การแปลงค่าข้อมูลดิบ (Raw Data) ให้เป็นผลลัพธ์ข้อมูลสารสนเทศ (Information) ที่เป็นคำสำคัญ เพื่อที่จะนำไปใช้ในสื่อประชาสัมพันธ์ต่อไป ซึ่งมีวิีการเขียนการคิดอย่างเป็นขั้นตอน (Linear Reasoning) ดังภาพตัวอย่าง



ภาพประกอบที่ ๑๖ ตัวอย่างภาพกรอบแนวคิดที่ได้จากรูปแบบการคิดอย่างเป็นขั้นตอน (Linear Reasoning)

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

หลังจากการสรุปข้อมูลจนได้กรอบแนวคิดและรูปแบบของข้อมูลทั้งหมดแล้ว ผู้ปฏิบัติงานต้องนำแนวคิดที่ผ่านการคิดอย่างเป็นระบบนี้มาทำการแปลงค่าจากกรอบแนวคิดทั้งหมดซึ่งยังเรียกว่าเป็นข้อมูลดิบ (Raw Data) อยู่ เพราะข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นกรอบแนวความคิด ยังคงเป็นเพียงข้อมูลสรุปพื้นฐานของแนวคิดที่ยังไม่สามารถนำมาวางบนงานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ได้โดยตรง เพราะจะทำให้งานออกแบบไม่มีความน่าสนใจ ข้อความที่จะใช้สื่อสารยัง ไม่มีความสละสลวยลงตัว บนสื่อมีข้อมูลจัดอยู่รวมกันโดยไม่รู้ว่าการจะประชาสัมพันธ์สิ่งไหนให้ เป็นสิ่งสำคัญที่สุดการแปลงค่าข้อมูลดิบจึงเป็นการขัดเกลาข้อมูลต่าง ๆ ที่มีให้สามารถสื่อสารไปยัง กลุ่มเป้าหมายได้ และให้สารมีความน่าสนใจและมีประสิทธิภาพที่สุด ในการแปลงค่าข้อมูลดิบให้ เป็นผลลัพธ์ทางการออกแบบสามารถทำได้ดังนี้

๒.๑ การนำกรอบแนวคิดมาแยกกลุ่มตามเส้นแผนภูมิและเพิ่มรายละเอียดที่ขาด
ตามลักษณะที่ผู้ปฏิบัติงานได้เขียนข้อมูลต่าง ๆ เป็นแผนภูมิเชิงเส้นจะทำให้เห็นการเรียงลำดับ ความสำคัญของข้อมูลก่อนหลังและทราบถึงความเชื่อมโยงของข้อมูลทั้งหมดที่มีต่อกันและทำ หน้าที่ต่อกันอย่างไรบ้าง ซึ่งผู้ปฏิบัติงานสามารถแบ่งกลุ่มได้ตามเส้นที่ปรากฏตามสายที่โยงออกจาก หัวหลักที่เป็นโจทย์ตั้งต้น โดยแบ่งกลุ่มให้หัวข้อบนสุดเป็นหัวข้อหลักแล้วเพิ่มรายละเอียดลงไป ภายใต้อันหัวข้อในกลุ่มนั้นและปรับเปลี่ยนตัดแปลงข้อมูลให้มีความเหมาะสมแล้วเพิ่มเติมให้ครบ ทุกหัวข้อตามเส้นสายแผนภูมิ ตามภาพประกอบที่ ๑๖ ตัวอย่างภาพกรอบแนวคิดที่ได้จากรูปแบบ การคิดอย่างเป็นขั้นตอน (Linear Reasoning) ผู้ปฏิบัติงานได้แบ่งออกเป็นทั้งหมด ๕ เส้นสายที่ ประกอบด้วยหัวข้อดังต่อไปนี้

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 “ชมบูรณะหน้าคณะ 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 พีค็อกซ์ – นื่องคิด, กิจกรรม D.P.M-Postcard และกิจกรรม มู เต ลู กิจกรรมตอบคำถามความรู้ทั่วไปและหลักการบัญชีเบื้องต้น, กิจกรรมตอบคำถามด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในชีวิตประจำวัน, กิจกรรม IBM Pre-sale ๒๐๒๒, กิจกรรมตอบความรู้เรื่องคำศัพท์ ภาษาอังกฤษทางธุรกิจ, 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 โพรราอยด์เป็นที่ระลึก ๑ ใบ/คน), กิจกรรมการสาธิตเทคโนโลยีทางวิศวกรรมไฟฟ้า กิจกรรมฝึกทักษะด้านวิศวกรรมเมคคาทรอนิกส์, และ

กิจกรรมกระบวนการแปรรูปในอุตสาหกรรมอาหาร “ไอติมอีมใจ กระบวนการมายังไง?”

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

๒.๑.๓ ลักษณะของสื่อที่ผลิต

สื่อสิ่งพิมพ์ “ป้ายไว้นิล”

สื่อออนไลน์ “Banner” (สามารถใช้ไฟล์เดียวกันกับป้ายไว้นิลได้)

จุดติดตั้งภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา มีทั้งหมด ๕ จุด

- ป้ายด้านหน้าทางเข้ามหาวิทยาลัย
- ป้ายทางเดินเข้ามหาวิทยาลัย
- ป้ายทางโค้งข้างตึกสำนักงานอธิการบดี
- ป้ายประตูด้านข้างซอยพระนาง
- ป้ายหน้าประตูสถาปัตย์

๒.๑.๔ วัตถุประสงค์ของการออกแบบสื่อ

ให้กลุ่มเป้าหมาย “เข้าร่วมงานที่จัดภายในมหาวิทยาลัย”

กลุ่มเป้าหมาย “นักเรียนของโรงเรียนและวิทยาลัยต่าง ๆ ในเขตภาคเหนือ”

สิ่งที่ดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมาย “ภาพวัตถุที่สื่อถึงการเรียนการสอน และความนิยมในขณะนั้น”

- หุ่นยนต์
- แขนกล/เครื่องจักรกล
- อุปกรณ์การเรียนของแต่ละคณะที่ทำการเรียนการสอน เช่น เครื่องคิดเลข คอมพิวเตอร์ หมวกช่างโยธา ฟันเฟือง กระจานวาดรูป พู่กันงานสี เป็นต้น

๒.๑.๕ รูปแบบการออกแบบของสื่อ

มีสีสันที่สดใสที่แสดงถึงการเรียนการสอน เป็นรูปแบบที่เลือกจากตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์ส่วนมากที่ได้มีการเผยแพร่ไปแล้วขององค์กรอื่น ๆ ที่มีชื่อเสียง

แนวความคิด (Concept) “มาจากการวาดฝันของเด็ก ๆ ” ที่ประกอบด้วย แปรงทาสี การระบายสี ถังสี แผ่นวาดรูป สายรุ้ง เป็นต้น

Logo ประจำงาน “เป็นโลกี้ที่มีคำว่า RMUTL ประกอบด้วย” และมีอุปกรณ์การเรียนประกอบอยู่ในนั้น

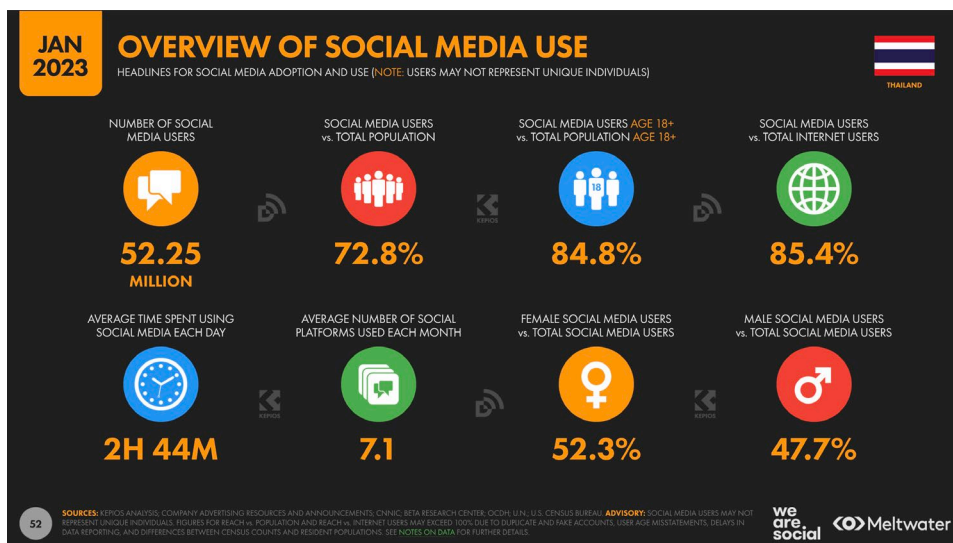
๒.๒ นำกลุ่มเป้าหมายมาวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ เพศ วัย และสื่อที่กำลังสนใจ เพราะจะนำไปสู่แนวทางที่บ่งชี้ถึงพฤติกรรมบริการโภชนาการของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อที่จะได้เป็นตัวกำหนดรูปแบบของการออกแบบ เป็นการตีกรอบให้ผู้ปฏิบัติงานทราบว่าควรใช้สื่ออย่างไร การใช้ภาษาอย่างไร ควรจัดองค์ประกอบภาพอย่างไรให้เหมาะสมลงตัวและมีความน่าสนใจต่อกลุ่มเป้าหมายได้อย่างไร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

๒.๒.๑ เพศของกลุ่มเป้าหมาย คือ การระบุเพศต่าง ๆ 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) และสัญลักษณ์ที่แสดงออกถึงกลุ่มหลากหลายทางเพศคือสีรุ้ง ที่หลายหน่วยงานได้ใช้แสดงเชิงสัญลักษณ์ว่ามีการสนับสนุนคนกลุ่มนี้โดยใช้สีรุ้งประกอบในโลโก้หรืองานออกแบบสื่อต่าง ๆ ของหน่วยงาน “LGBTQ นั้นเป็นกลุ่มคนที่มีความหลากหลาย และสีรุ้งเองก็เป็นการรวมตัวกันของหลายสีมาเป็นหนึ่งเดียวเพื่อสร้างสีสัน โดยสีรุ้งที่นำมาเป็นสัญลักษณ์ของคนกลุ่มนี้มีจุดเริ่มต้นมาจากการออกแบบธงสีรุ้งของ Gilbert Baker ศิลปินชาวอเมริกันและนักขับเคลื่อนสิทธิมนุษยชนของเกย์ในปี 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 แต่ความหมายของสีต่าง ๆ ก็ยังคงเป็นเช่นเคย” (สิทธิศักดิ์ บุญมั่น และวิชัย ตาดไธสงค์, ๒๕๖๔ สืบค้นจาก <https://www.amnesty.or.th/latest/blog/๘๘๐/>)

ซึ่งจากข้อมูลนี้จะทำให้เห็นว่าหากองค์กรต้องการที่จะแสดงออกถึงการยอมรับความหลากหลายทางเพศของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อที่จะทำให้กลุ่มเป้าหมายเห็นว่าการองค์กรมีการต้อนรับคนกลุ่มนี้ด้วยความเต็มใจ ก็สามารถนำกลุ่มสีที่เป็นสัญลักษณ์เหล่านี้มาใช้ร่วมในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์งาน Open House ได้

๒.๒.๒ วัยของกลุ่มเป้าหมาย คือ การกำหนดช่วงอายุของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักเรียนของโรงเรียนและวิทยาลัยต่าง ๆ ในเขตภาคเหนือที่กำลังเรียนในระดับมัธยม ปวช. และปวส. ซึ่งจะอยู่ในช่วงอายุ ๑๓-๑๘ ปี หรือที่เรียกว่าวัยรุ่นนั่นเอง ผู้ปฏิบัติงานสามารถนำช่วงอายุนี้ไปค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับความนิยมและกิจกรรมที่ชื่นชอบต่อได้ “ตามธรรมชาติของวัยรุ่นนั้น วัยรุ่นเป็นวัยที่มีความอยากรู้อยากเห็น อยากรทดลองสิ่งใหม่ ๆ ที่ตุนสนใจ ทั้งในเรื่องหลักการและแนวคิดต่าง ๆ เรื่องที่ทำหาย รวมถึงเรื่องเร้นลับ นอกจากนี้ วัยรุ่นยังมีความพยายามที่จะปรับปรุงตนเอง แก้ไขข้อบกพร่องของตน และมีความมุ่งมั่น ในงานที่รับผิดชอบวัยรุ่นจึงมักใช้เวลาว่าง ในการตอบสนองความต้องการเหล่านั้น ทางเลือกของวัยรุ่นในการใช้เวลาว่างอาจเป็นไปในทางที่เกิดประโยชน์ หรือเกิดโทษต่อตัววัยรุ่นเอง หรือต่อสังคม” (แนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น, ๒๕๕๗, สืบค้นจากเว็บ <https://www.gotoknow.org/posts/๕๗๕๓๒๓>) “กิจกรรมบันเทิงที่วัยรุ่นเลือกปฏิบัตินั้นเกิดขึ้นจากเหตุผลเพียงข้อเดียว นั่นคือเพื่อให้ร่างกายผ่อนคลายความตึงเครียด และความกดดันที่เกิดขึ้นในโรงเรียน หรือจากงานที่ได้รับมอบหมายจากที่บ้าน กิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ ที่วัยรุ่นสนใจ มักจะเกี่ยวข้องกับความถนัดของตัววัยรุ่นเอง ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้มีประโยชน์ต่อพัฒนาการทั้ง ๔ ด้านของวัยรุ่น อันได้แก่ ทางร่างกาย อารมณ์ สังคมและสติปัญญา การทำงานพิเศษหรือการทำกิจกรรมนันทนาการของวัยรุ่น” (พรพิมล เจริญนาคินทร์, ๒๕๓๙) จากแหล่งข้อมูลอ้างอิงเหล่านี้ จะทำให้เห็นถึงพฤติกรรมของวัยรุ่นที่มีความอยากรู้อยากเห็นต่อสิ่งที่ตุนสนใจอย่างแรงกล้า หากมีการจัดทำสื่อที่สามารถดึงดูดความสนใจกลุ่มวัยรุ่นได้จะทำให้มีการเข้ามาศึกษาเพิ่มเติมและนำไปเผยแพร่ต่อในกลุ่มเพื่อนจะทำให้ขยายกลุ่มเป้าหมายที่รับสารเพิ่มขึ้นได้อีก

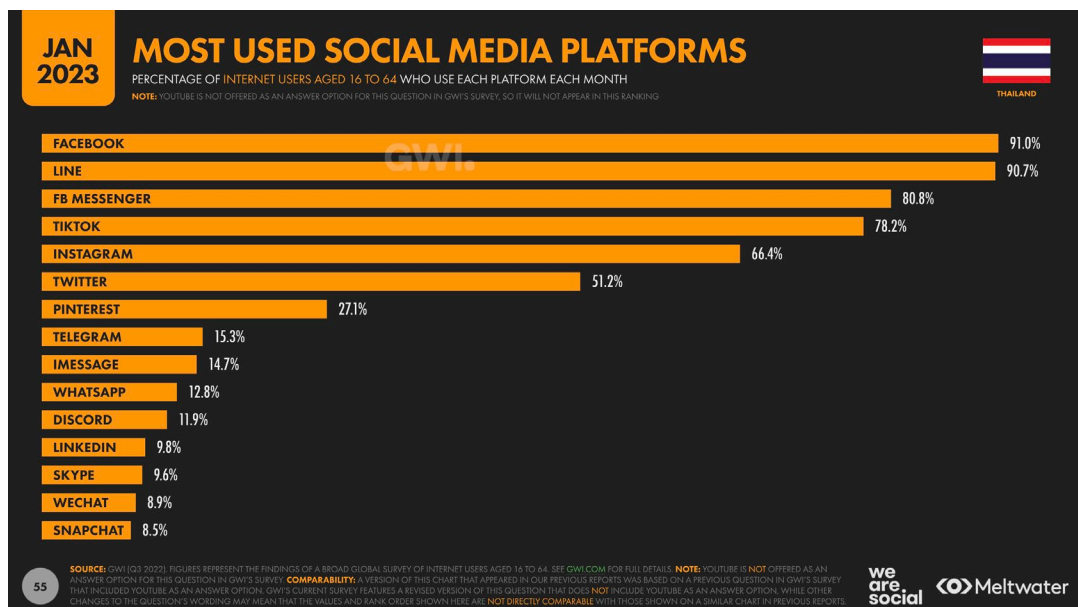
๒.๒.๓ สื่อที่กลุ่มเป้าหมายกำลังสนใจ คือ สิ่งที่กลุ่มเป้าหมายต้องการที่จะศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมหรือสื่อที่รับชมเป็นกลุ่มก้อน รวมถึงสื่อสังคมออนไลน์ (Social) ที่กลุ่มเป้าหมายนิยมใช้สื่อสารระหว่างกัน ในข้อนี้ผู้ปฏิบัติงานสามารถนำมาวิเคราะห์ช่องทางของสื่อที่จะเผยแพร่ให้ตรงกลุ่มเป้าหมายได้อีกด้วย ในการสืบค้นข้อมูลเหล่านี้ก็ได้หลายช่องทางให้ผู้ปฏิบัติได้เลือกนำมาใช้วิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลของหน่วยงานอื่น ๆ 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/>)

จากกราฟตัวอย่างจะเห็นได้ว่าคนไทยนั้นใช้โซเชียลเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่เปอร์เซ็นต์ ดังนี้ ๕๗.๒% ติดต่อเพื่อนฝูงหรือคนในครอบครัว, ๓๘.๕% อ่านข่าวสาร, ๓๕.๘% ฆ่าเวลาว่าง, ๓๔.๔% ดูว่าผู้คนกำลังสนใจเรื่องอะไรอยู่, ๓๓% หาอะไรใหม่ ๆ ทำหรือซื้อ, ๓๒.๖% แลกเปลี่ยนความเห็นบนโซเชียล, ๓๐.๒% กลัว FOMO ไม่อยากตกเทรนด์, ๒๙.๙% หาสินค้าที่จะซื้อ, ๒๖.๖% ดู LIVE, ๒๖.๕% หาเพื่อนใหม่ คอนเนคชั่นใหม่ ๆ , ๒๕.๗% แชรชีวิตประจำวันของตัวเอง, ๒๕.๕% หาคอนเทนต์ใหม่ ๆ โดยเฉพาะวิดีโอ, ๒๕.๒% ติดตาม Influencer หรือคนดังทางโซเชียลมีเดีย, ๒๔.๗% ดูคอนเทนต์จากเบอร์נד, ๒๔.๖% ดูหรือติดตามการแข่งขันกีฬา และ ผู้ปฏิบัติงานยังสามารถสืบค้นข้อมูลได้ว่าแพลตฟอร์มไหนที่กำลังเป็นที่นิยมได้จากข้อมูลภาพประกอบที่ 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% จากข้อมูลเหล่านี้จะเห็นว่าผู้ปฏิบัติงานควรเผยแพร่สื่อในแพลตฟอร์มใดบ้างเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย



ภาพประกอบที่ ๒๐ ตัวอย่างภาพแผนภูมิการใช้โซเชียลมีเดียในแพลตฟอร์มต่าง ๆ

(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 การทำให้ข้อมูลล่าสุดมีความกระชับ เข้าใจง่าย ไม่เยิ่นเย้อ ควรเลือกเฉพาะคำหรือประโยคที่ต้องการสื่อสารจริง ๆ เท่านั้น แต่วัตถุประสงค์ของงานยังคงอยู่ เพื่อให้ผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าใจได้ชัดเจน และยังรวมไปถึงรูปที่จะต้องใช้ประกอบในงานออกแบบด้วย ควรเลือกรูปที่มีความหมายเดียวกับหัวข้อเพื่อให้สื่อมีความสอดคล้องกัน ผู้ปฏิบัติงานควรนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้ผ่านการวิเคราะห์มาแล้ว ลด ตัดทอน ทั้งข้อมูลภาพและข้อมูลตัวอักษร เมื่อได้ข้อมูลที่ลดทอนเป็น

ที่เรียบร้อยแล้วข้อมูลเหล่านี้จะกลายเป็น “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-มีย้อม, IBM Pre-sale ๒๐๒๒, EIC English Skills Assessment, การจำลองทางธุรกิจ, ชูค้นหาแรงบันดาลใจ, "ไอติมอิมใจ" กระบวนการมายังไง, สาธิตเทคโนโลยีทางวิศวกรรมไฟฟ้า, ตอบปัญหาต่างๆ, กิจกรรมอื่น ๆ อีกมากมาย”

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

ข้อมูลภาพ : “โลโก้งาน, โลโก้มหาวิทยาลัยและคณะต่าง ๆ , QR Code Fanpage, ดอกป๊อป, อุปกรณ์การเรียนการสอน

๔. ตีความหมายจากคำสำคัญออกมาเป็นภาพและสรุปรูปแบบหลักของงาน (Theme)

รูปแบบหลักของงาน(Theme) หรือที่นักออกแบบเรียกว่า “ธีม” คือแก่นหรือใจความสำคัญที่จะแสดงออกมาให้เป็นรูปธรรม สามารถมองเห็นได้เป็นภาพอย่างชัดเจนจากการที่ได้คิดวิเคราะห์จากแนวความคิด (Concept) มาแล้ว ยิ่งทำให้การออกแบบรูปแบบงานหลักนั้นง่ายขึ้น และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายทำให้สื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ “ในเชิงความหมาย ธีม หรือรูปแบบงานหลัก 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 ไม่ว่าสื่อจะอยู่ในลักษณะของสื่อรูปแบบไหนหรือเผยแพร่ที่ใด ช่องทางใด จะทำให้ผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายเข้าใจได้ทันทีว่านี่คือ “งานเดียวกัน” และธีมหรือรูปแบบหลักมีสิ่งที่จะต้องกำหนดให้แน่ชัดนั้นมีด้วยกันดังนี้

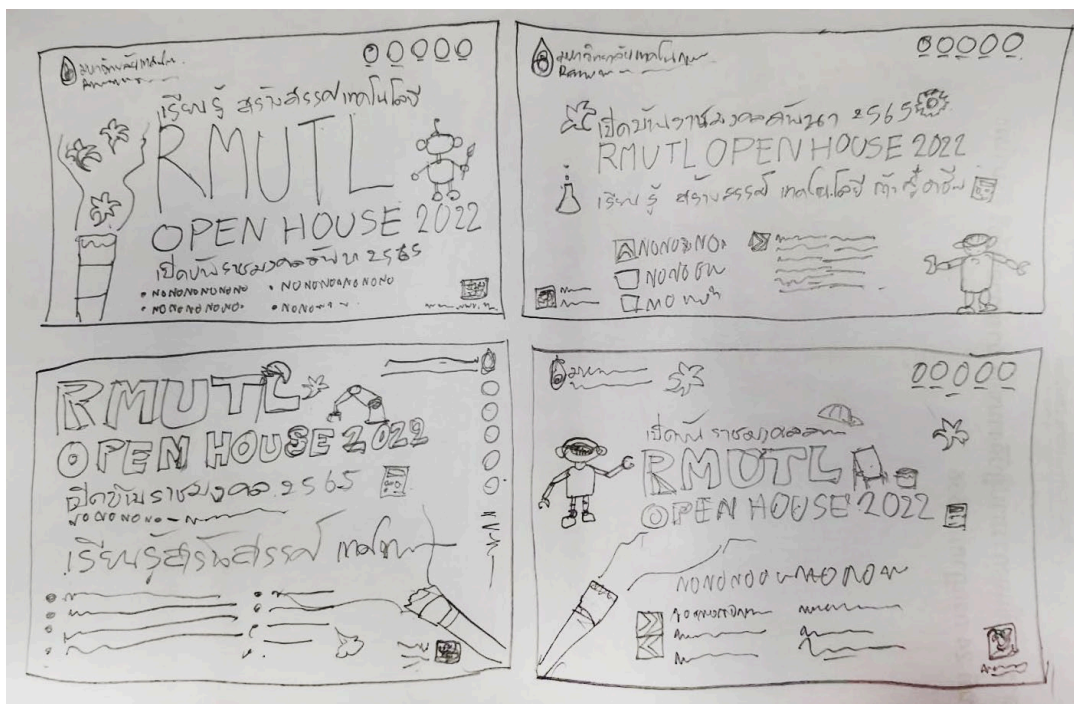
๔.๑ สีหลักที่ใช้ คือ สีพื้นหลัง (Background) สีตัวอักษร สีของภาพประกอบ ทั้งภาพจริงและภาพกราฟิก

๔.๒ ภาพประกอบที่ใช้ ทุกสื่อประชาสัมพันธ์ที่ต้องเผยแพร่ทุกช่องทางต้องใช้ชุดภาพประกอบแบบเดียวกันทั้งหมด

๔.๓ รูปแบบตัวอักษรหรือฟอนต์ที่ใช้ ต้องใช้ฟอนต์ (Font) เดียวกันในทุกลักษณะของสื่อที่เผยแพร่ทุกช่องทาง

๕. ออกแบบร่าง (Preliminary Design) จากรูปแบบหลัก

เมื่อผู้ปฏิบัติงานได้รูปแบบงานหลักมาแล้ว สามารถออกแบบร่าง โดยการเขียนด้วยมือ (freehand) ได้ทันที เปรียบเสมือนการร่างแบบแรก เพื่อให้เกิดการค้นความคิดสร้างสรรค์ออกมาเพิ่มอีก ในการออกแบบร่างนั้นจะเป็นขั้นตอนที่ทำให้งานออกแบบเห็นภาพชัดที่สุด การเขียนแบบร่างหลัก ๆ คือผู้ปฏิบัติงานจะได้จัดองค์ประกอบ (Composition) ของงานออกแบบในเบื้องต้นในหลายรูปแบบ เพื่อดูความเหมาะสมเปรียบเทียบกันในการจัดวางองค์ประกอบ แต่งานที่ร่างออกมานั้นจะไม่ตายตัว ยังสามารถปรับเปลี่ยนแก้ไขงานในภายหลังที่ลงมือปฏิบัติงานออกแบบในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ได้ ตัวอย่างดังภาพ



ภาพประกอบที่ ๒๑ ตัวอย่างภาพการออกแบบแบบร่างแรกด้วยมือเปล่า

ปัญหา : ที่อาจเกิดขึ้นขั้นตอนวิเคราะห์ข้อมูล (Analysis) และคิดรูปแบบหลักในการออกแบบ (Theme)

๑. ผู้ปฏิบัติงานจดจำข้อมูลทฤษฎีต่าง ๆ 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. ผู้ปฏิบัติงานในบางครั้งถึงแม้จะมีการตรวจสอบความถูกต้องหลายครั้งแล้วก็ยังอาจมีคำที่สะกดผิด หรืออาจวิเคราะห์คำที่ใช้แล้วไม่เหมาะสมกับสถานที่ราชการจึงควรมีการรายงานให้ผู้บังคับบัญชาและทีมงานตรวจสอบทุกครั้งและขอคำแนะนำที่ต้องมีการแก้ไขในงาน

๔. ในบางครั้งผู้บังคับบัญชาอาจมีการมอบหมายงานให้โดยระบุคำที่ต้องประชาสัมพันธ์เรียบร้อยแล้ว แต่เมื่อผู้ปฏิบัติงานได้วิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่าง ๆ แล้วพบว่าไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายจนอาจจะทำให้สื่อประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพลดลง ผู้ปฏิบัติงานต้องมีการรายงานต่อผู้บังคับบัญชาและอธิบายรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ให้ผู้บังคับบัญชาเข้าใจ

ข้อเสนอแนะ :

ผู้ปฏิบัติงานในงานด้านการออกแบบ ควรมีการศึกษาทฤษฎีความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการเขียนแบบ ซึ่งเป็นวิชาสำคัญ อันเป็นพื้นฐานที่ต้องสนใจศึกษาทำความเข้าใจและฝึกปฏิบัติจนเกิดทักษะความชำนาญ จึงจะสามารถปฏิบัติการเขียนแบบเพื่อเป็นการสื่อสารข้อมูลได้อย่างถูกต้องและเข้าใจตรงกัน เพราะงานออกแบบเป็นงานที่ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ที่ประกอบกับองค์ความรู้ที่จะเผยแพร่ออกไปให้ผู้รับสารได้ทราบถึงข้อมูลนั้น ๆ และในการปฏิบัติงานด้านข้อมูล ภาษา คำประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ จะต้องมีความถูกต้องภายใต้ความสวยงาม

การได้รับการตรวจสอบจากผู้บังคับบัญชาและทีมงานผู้เกี่ยวข้องนั้นเป็นเรื่องที่สำคัญเป็นอย่างมาก หลังจากผู้ปฏิบัติงานวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนเป็นอย่างดีแล้ว จึงควรรายงานต่อผู้บังคับบัญชาและทีมงานผู้เกี่ยวข้องช่วยเหลือตรวจสอบได้ทันที

ขั้นตอนที่ ๔ ออกแบบป้ายไวเนล ด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ นั้น ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จะมีการผ่านขั้นตอนการออกแบบที่ใกล้เคียงกัน หรือบางครั้งก็เหมือนกันทุกขั้นตอน แต่จะแตกต่างกันตรงที่การส่งออกไฟล์งาน (Export) เพื่อเผยแพร่ในช่องทางที่ต่างกันเท่านั้น ก่อนที่ผู้ปฏิบัติงานจะลงมือปฏิบัติงานให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุดนั้น ควรมีการคำนึงถึงหลักการออกแบบต่าง ๆ กฎหมายพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับงานออกแบบ และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้ปฏิบัติงานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่กำลังจะลงมือปฏิบัติก่อน แล้วจึงปฏิบัติงานออกแบบในลำดับต่อไป

๑. หลักการออกแบบกราฟิก (Graphic Design Principles)

การออกแบบ หมายถึง การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ หรือปรับปรุงตัดแปลงสิ่งที่มีอยู่ให้ดีขึ้น 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 มิติ ซึ่งเป็นการออกแบบเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ 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) ที่เกิดจากการสร้างสรรค์งานจากองค์ประกอบต่าง ๆ ของ จุด เส้น สี รูปร่าง รูปทรง น้ำหนัก พื้นผิว ที่ว่างสี และตัวอักษร นำมาจัดองค์ประกอบให้เหมาะสมสวยงาม “หลักการออกแบบ และองค์ประกอบที่เชื่อมต่อกันพื้นฐานของการออกแบบที่ดีเข้าด้วยกันทุก ๆ เรื่อง

จะมีข้อกำหนด วิธีการ เทคโนโลยีเฉพาะและความต้องการด้านเทคนิคเป็นของตัวเอง แต่ละเรื่องจะมีประวัติศาสตร์ ทฤษฎี และหลักปฏิบัติของตน ศาสตร์ด้านการออกแบบนั้นแตกต่างไปจากความรู้ด้านกฎหมายหรือชีววิทยา เนื่องจากภาษาของมันสามารถรับรู้ได้ด้วยตา และตั้งอยู่บนพื้นฐานของความสัมพันธ์ระหว่างส่วนต่าง ๆ ที่คนคิด ยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป ตลอดจนความซับซ้อนของข้อมูลหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ นักออกแบบที่ดีสามารถกรองข้อมูลที่ได้รับมา จับประเด็นเชื่อมโยง สร้างงานออกแบบที่มีชั้นเชิงที่สามารถตอบโจทย์ปัญหาได้ในหลากหลายด้าน ตอบสนองความต้องการและสภาพแวดล้อมยกตัวอย่างเช่น หากนักศึกษาต้องการด้านการวิจัย พัฒนาคอนเซ็ปต์ การจัดวางองค์ประกอบ และทักษะการจัดการที่เกี่ยวข้องกับงานออกแบบ เขาหรือเธอก็ควรจะพัฒนานบนพื้นฐานของความเป็นไปในโลก, ความสนใจสิ่งต่าง ๆ และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น” (Dabner Stewart Zempol, ๒๕๕๘, น.๘, ผู้แปล จุติพงษ์ ภูสุมาศและสุวิสา แซ่อึ้ง) ซึ่งความรู้เหล่านี้จะประกอบไปด้วยพื้นฐานเดียวกันที่ผู้ปฏิบัติงานควรทราบและเข้าใจในองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

๑.๑. จุด (Dot)

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



ภาพประกอบที่ ๒๒ ตัวอย่างภาพของจุดที่เรียงต่อกันจนกลายเป็นรูปต่าง ๆ

๑.๒. เส้น (Line)

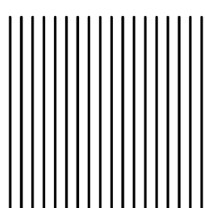
เส้น คือ ร่องรอยที่เกิดจากเคลื่อนที่ของจุด หรือถ้านำจุดมาวางเรียงต่อ ๆ กันไป ก็จะเป็นเส้นขึ้น เส้นมีมิติเดียว คือ ความยาว ไม่มี ความกว้าง ทำหน้าที่เป็นขอบเขต ของที่ว่าง รูปร่าง รูปทรง น้ำหนัก สี ตลอดจนกลุ่มรูปทรงต่าง ๆ รวมทั้งเป็นแกนหรือ โครงสร้างของรูปร่างรูปทรง เส้นเป็นพื้นฐานที่สำคัญของงานศิลปะทุกชนิด 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

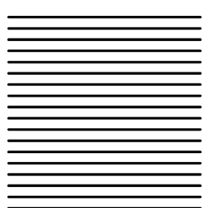
๑. เส้นตั้ง หรือ เส้นดิ่ง ให้ความรู้สึกทางความสูง สง่า มั่นคง แข็งแรง หนักแน่น เป็นสัญลักษณ์ของความซื่อตรง
๒. เส้นนอน ให้ความรู้สึกทางความกว้าง สงบ ราบเรียบ นิ่ง ผ่อนคลาย
๓. เส้นเฉียง หรือ เส้นทะแยงมุม ให้ความรู้สึก เคลื่อนไหว รวดเร็ว ไม่มั่นคง
๔. เส้นหยัก หรือ เส้นซิกแซก แบบฟันปลา ให้ความรู้สึก เคลื่อนไหว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

ความสำคัญของเส้น

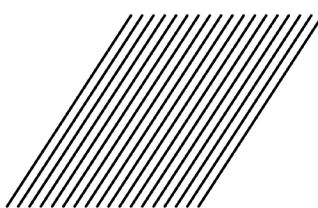
๑. ใช้ในการแบ่งที่ว่างออกเป็นส่วน ๆ
๒. กำหนดขอบเขตของที่ว่าง หมายถึง ทำให้เกิดเป็นรูปร่าง (Shape) ขึ้นมา
๓. กำหนดเส้นรอบนอกของรูปทรง ทำให้มองเห็นรูปทรง (Form) ชัดขึ้น
๔. ทำหน้าที่เป็นน้ำหนักอ่อนแก่ ของแสดงและเงา หมายถึง การแรเงาด้วยเส้น
๕. ให้ความรู้สึกด้วยการเป็นแกนหรือโครงสร้างของรูป และโครงสร้างของภาพ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



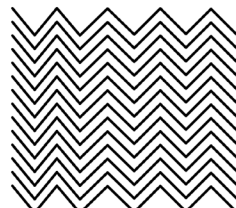
เส้นตั้ง



เส้นนอน



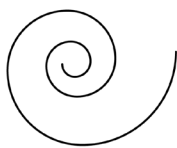
เส้นเฉียง



เส้นเฉียง



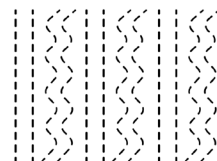
เส้นโค้ง



เส้นโค้งแบบก้นหอย



เส้นโค้งวงแคบ



เส้นประ

ภาพประกอบที่ ๒๓ ตัวอย่างภาพลักษณะเส้นแบบต่าง ๆ ที่ให้อารมณ์และความรู้สึกแตกต่างกัน

๑.๓ รูปร่าง (Shape)

รูปร่าง (Shape) คือ รูปแบน ๆ มี ๒ มิติ มีความกว้างกับความยาว ไม่มีความหนา เกิดจากเส้นแบบต่าง ๆ มาต่อกันจนเกิดเป็นรูปร่าง ๒ มิติ เช่น รูปวงกลม รูปสามเหลี่ยม หรือรูปอิสระ แสดงเนื้อที่ของผิวที่เป็นระนาบมากกว่าแสดงปริมาณหรือมวล รูปร่างแต่ละชนิดก็จะมี ความหมายและให้ความรู้สึกที่แตกต่างกันออกไป เช่น

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



วงกลม

สี่เหลี่ยม

สามเหลี่ยม

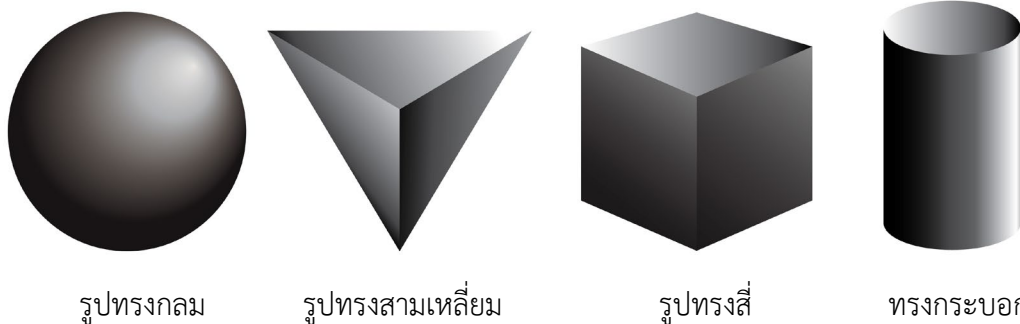
หกเหลี่ยม

อิสระ

ภาพประกอบที่ ๒๔ ตัวอย่างภาพรูปร่างลักษณะต่าง ๆ

๑.๔ รูปทรง (Form)

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



รูปทรงกลม

รูปทรงสามเหลี่ยม

รูปทรงสี่

ทรงกระบอก

ภาพประกอบที่ ๒๕ ตัวอย่างภาพรูปทรงลักษณะต่าง ๆ

๑.๕ น้ำหนัก (Value)

น้ำหนักเกิดจาก การเติมสีแสงและเงาลงไปในรูปทรง ทำให้เกิดความรู้สึกมีมวลความหนาแน่น ทำให้รู้สึกถึงความหนัก เบา ทึบ หรือโปร่งแสง เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดมิติขึ้นของรูปทรงต่าง ๆ



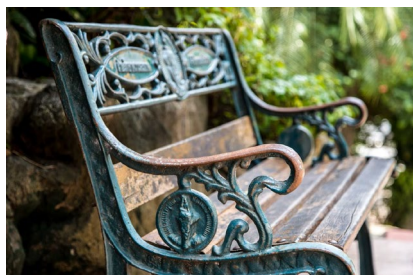
ภาพประกอบที่ ๒๖ ตัวอย่างภาพรูปทรงลักษณะต่าง ๆ

๑.๖ พื้นผิว (Texture)

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



พื้นผิวมันวาว



พื้นผิวขรุขระเป็นสนิม



พื้นผิวแบบขนสัตว์

ภาพประกอบที่ ๒๗ ตัวอย่างภาพพื้นผิวที่มันวาวจะช่วยให้รู้สึกว่ามีค่า มากกว่าพื้นผิวขรุขระจะช่วยให้รู้สึกถึงความเก่าและพื้นผิวแบบขนสัตว์ทำให้รู้สึกนุ่มและอบอุ่น

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

๑.๗ ที่ว่าง (Space)

คำว่า “ที่ว่าง” ภาพในใจจะแยกความว่างออกจากสิ่งที่มีตัวตนได้อย่างชัดเจน สามารถรับรู้ความเป็นที่ว่างได้หลายรูปแบบ ในงานสองมิติที่ว่างอาจวัดได้จากความกว้างและความยาว และสามารถวัดความลึกได้ในงานสามมิติ ชลูด นิ่มเสมอ (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. ปฏิกริยาระหว่างสีกับรูปทรงทำให้เห็นเป็นความลึกขึ้นของพื้นผิว (ในงาน
อพอาร์ท)

ที่ว่าง หมายถึง บริเวณว่างที่ล้อมรอบวัตถุซึ่งบริเวณว่างนี้อาจมีขอบเขตจำกัดหรือไม่มีขอบเขตก็ได้ ในงาน ๓ มิติจะเรียกบริเวณว่างนี้ว่าที่ว่าง (space) เรียกวัตถุที่ถูกที่ว่างล้อมรอบนี้ว่ารูปทรง (form) ในงาน ๒ มิติ จะเรียกที่ว่างว่าพื้นภาพ (ground) และเรียกรูปทรงว่าภาพ (figure) หรืออีกนัยหนึ่ง คือ บริเวณที่เป็น รูปหรือเนื้อหาเรียกว่าที่ว่างบวก บริเวณว่างที่อยู่รอบ ๆ หรือส่วนที่เป็นพื้นเรียกว่าที่ว่างลบ



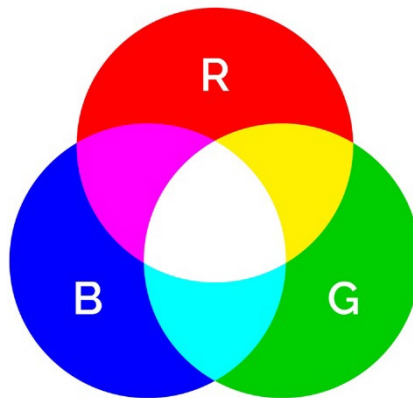
ภาพประกอบที่ ๒๘ ตัวอย่างภาพที่แสดงให้เห็นถึงที่ว่างในภาพ

๑.๘ สี (Color)

เป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญของงานออกแบบและงานศิลปะ กล่าวได้ว่าทรงอิทธิพลต่องานออกแบบมากเพราะถึงแม้ว่างานที่ออกแบบด้วยเนื้อหาดีแค่ไหนแต่เมื่อให้สีในงานนั้นผิดพลาดงานออกแบบนั้นก็สามารถกลายเป็นงานที่ไม่สวยได้ทันที เนื่องจากสีมีอิทธิพลต่ออารมณ์ความรู้สึก รวมถึงการสื่อความหมายอย่างชัดเจนอีกทั้งยังสามารถกระตุ้นอารมณ์ความรู้สึกของผู้พบเห็นได้ ถ้าผู้ปฏิบัติงานไม่เข้าใจหลักของการใช้สีจะกลายเป็นปัญหาต่อการออกแบบงานได้ หลักการใช้สีจึงเป็นเรื่องสำคัญพื้นฐานหลัก ๆ ที่ผู้ปฏิบัติงานต้องมีความรู้ความเข้าใจเป็นอย่างมาก ในงานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์มีงานที่ต้องใช้สีในงานออกแบบอยู่ทั้งหมด ๒ ลักษณะคือ

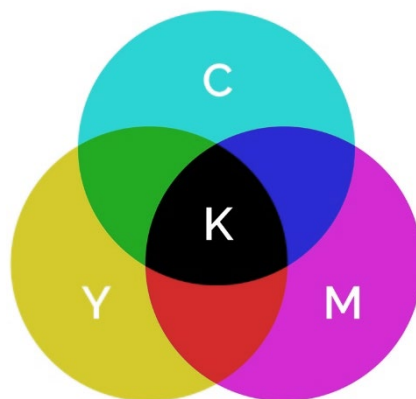
๑.๘.๑ งานออกแบบที่แสดงผลบนหน้าจอ หรือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic media) เป็นสื่อการเรียนการสอนที่เกิดจากการวิวัฒนาการของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เทคโนโลยีสารสนเทศและระบบการสื่อสารโทรคมนาคม จะเป็นงานออกแบบที่ต้องแสดงผลบนหน้าจอ เช่น หน้าจอคอมพิวเตอร์ หน้าจอโทรทัศน์ เป็นต้น ซึ่ง “หมายถึง สื่อที่บันทึกสารสนเทศด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์อาจอยู่ในรูปของ สื่อบันทึกข้อมูลประเภทสารแม่เหล็ก เช่น แผ่นจานแม่เหล็กชนิดอ่อน (floppy disk) และสื่อประเภทจานแสง (optical disk) บันทึกอักขระแบบดิจิทัลไม่สามารถอ่านได้ด้วยตาเปล่า ต้องใช้เครื่องคอมพิวเตอร์บันทึกและอ่านข้อมูล เป็นสื่อการเรียนการสอนที่เกิดจากวิวัฒนาการของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารโทรคมนาคม การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ในการเรียนการสอนจะออกมาในลักษณะของสื่อประสม หรือ มัลติมีเดีย (Multimedia) แสดงผลออกมาหลายรูปแบบตามที่โปรแกรมไว้ เช่น มีเสียง เป็น

ภาพเคลื่อนไหว สามารถให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์ ปัจจุบันสื่อประเภทนี้มีหลายลักษณะ” (การเขียนเพื่อผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์, ๒๕๕๙, สืบค้นจาก <http://letsle.blogspot.com>) รูปแบบของสื่อชนิดนี้ได้แก่ Banner, Pop up, Cover, Advertising ที่ส่วนมากจะปรากฏอยู่บนเว็บไซต์ต่าง ๆ ซึ่งสื่อเหล่านี้จะใช้โหมดสี RGB ที่ประกอบด้วยแม่สี สีแดง น้ำเงิน เขียว ประกอบกันออกมาเป็นสีต่าง ๆ แต่เมื่อนำทุกสีมารวมกันจะกลายเป็นสีขาว หรือเรียกว่าแม่สีแสงนั่นเอง สี RGB จะมีความสดมากจนบางครั้งหากมองนาน ๆ จะทำให้แสบตาได้



ภาพประกอบที่ ๒๙ ตัวอย่างภาพสี RGB

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



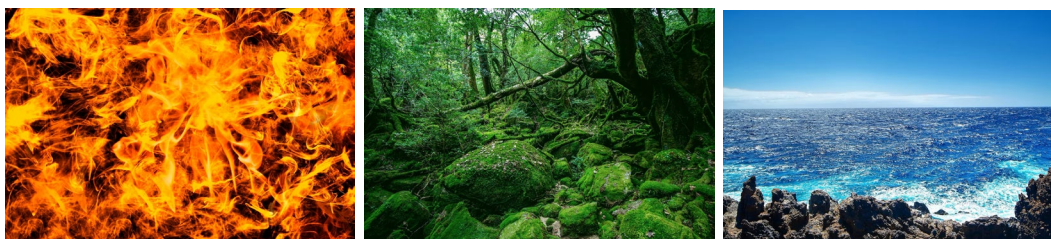
ภาพประกอบที่ ๓๐ ตัวอย่างภาพสี CMYK

ความหมายของแต่ละสี

จิตวิทยาของสีที่มีผลต่ออารมณ์ของผู้รับสาร สีอะไรให้ความรู้สึกอย่างไรบ้าง ดังนี้

- สีแดง ให้ความรู้สึก อันตราย เร้าร้อน รุนแรง มั่นคง อุดมสมบูรณ์
- สีส้ม ให้ความรู้สึก สว่าง ร้อนแรง ฉูดฉาด
- สีเหลือง ให้ความรู้สึก สว่าง สดใส สดชื่น ระวัง
- สีเขียว ให้ความรู้สึก ออกงาม พักผ่อน สดชื่น
- สีน้ำเงิน ให้ความรู้สึก สงบ ผ่อนคลาย สง่างาม ทึม

- สีม่วง ให้ความรู้สึกหนัก สงบ มีเลศนัย
 - สีนํ้าตาล ให้ความรู้สึกเก่า หนัก สงบเงียบ
 - สีขาว ให้ความรู้สึกบริสุทธิ์ สะอาด ใหม่ สดใส
 - สีดำ ให้ความรู้สึกหนัก ทดหู่ เศร้าใจ ทึบตัน
 - สีทอง เงิน และสีที่มันวาว ให้ความรู้สึกมั่นคง หูหรา
 - สีดำอยู่กับสีขาว ให้ความรู้สึกทางอารมณ์ที่ถูกกดตัน
 - สีเทาปานกลาง ให้ความรู้สึกถึงความนิ่งเฉย สงบ
 - สีสดและสีบาง ๆ ทุกชนิด ให้ความรู้สึกกระชุ่มกระชวย แจ่มใส
- (อนัน วาโอะ, ๒๕๖๑, Graphic Design for Advertising & Printing, น.๒๔)



สีแดงส้มของไฟ

สีเขียวของใบไม้

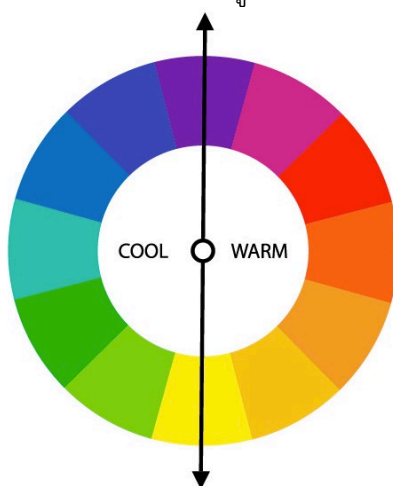
สีฟ้านํ้าเงินของนํ้าและฟ้า

ภาพประกอบที่ ๓๑ ตัวอย่างภาพที่สื่อถึงความรู้สึกจากสีของภาพ

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

นอกจากสีแต่ละสีจะสร้างความรู้สึก ในตัวของตนเองแล้ว เมื่อนำมาใช้ร่วมกันยังสามารถแบ่งสีออกเป็น ๒ วรรณะ เพื่อสร้างอารมณ์ที่แตกต่างกันออกไปได้อีก คือ

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



ภาพประกอบที่ ๓๒ ตัวอย่างภาพการแบ่งโทนของสีวรรณะร้อนและสีวรรณะเย็น

เทคนิคการนำสีไปใช้งาน

การเลือกใช้สีในงานออกแบบจะมีหลายวิธี แต่ทุกวิธีก็มีจุดประสงค์เดียวกันคือ เพื่อเพิ่มความโดดเด่นให้กับจุดเด่นในภาพ และใช้ตกแต่งส่วนอื่น ๆ ให้ได้ภาพรวมตามอารมณ์ที่

ต้องการ เทคนิคการเลือกใช้สีจะมีสูตรสำเร็จอยู่บ้างคือ วิธีโยงความสัมพันธ์จากวงล้อสี แนะนำให้เปิดวงล้อสีขึ้นมาก่อนการทำงานทุกครั้ง แล้วเลือกสีหลัก ๆ 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 การเลือกสีสามสีที่มีระยะห่างเท่ากันเป็นสามเหลี่ยมด้านเท่ามาใช้



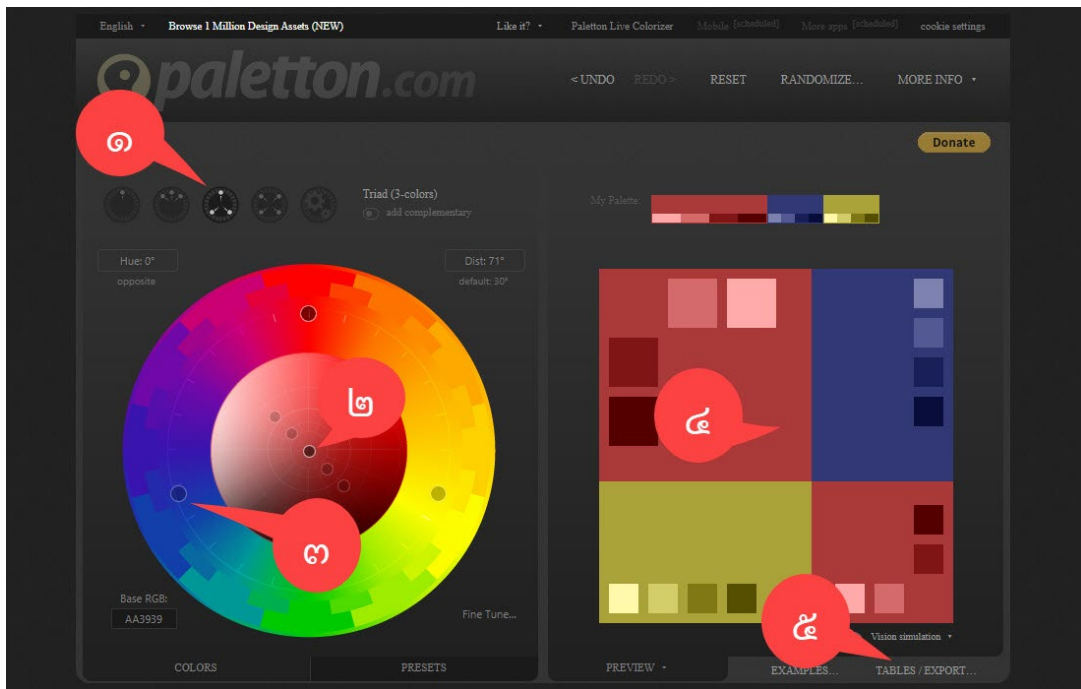
ภาพประกอบที่ ๓๖ ตัวอย่างภาพวงล้อสีสามเหลี่ยมด้านเท่า

- Analogic หรือสีที่ใกล้เคียง คือ การเลือกสีใดสีหนึ่งขึ้นมาใช้งานพร้อมกับสีที่อยู่ติดกันอีกข้างละสี หรือสีสามสีที่อยู่ติดกันในวงจรสีนั่นเอง

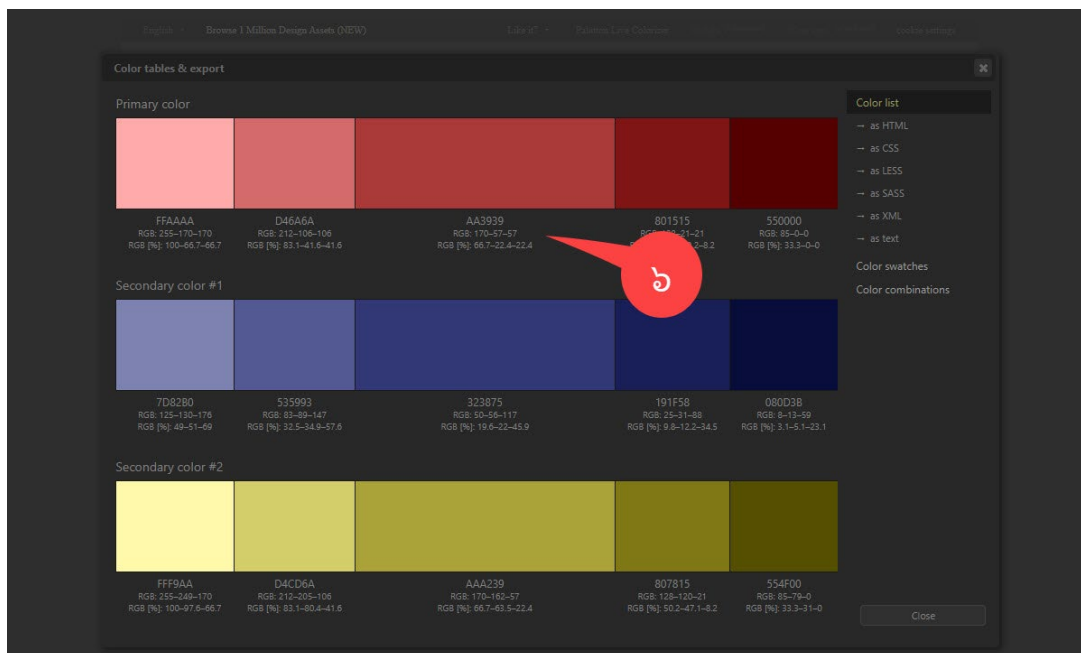


ภาพประกอบที่ ๓๗ ตัวอย่างภาพวงล้อสีใกล้เคียง

ปัจจุบันผู้ปฏิบัติงานสามารถใช้งานวงล้อสีสะดวกมากขึ้น เช่น โปรแกรม Kuler ของ Adobe ที่เป็นโปรแกรมสำหรับเลือกสีในอารมณ์สีที่ต่าง ๆ 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 ซึ่งสีรองหรือสีเพิ่มเติมผู้ปฏิบัติงานไม่สามารถออกแบบสีอื่น ๆ นอกเหนือจากตารางสีที่เขากำหนดมา

แนวทางการแก้ปัญหา :

ผู้ปฏิบัติงานต้องศึกษาทฤษฎีสีและแหล่งความรู้ที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม

ข้อเสนอแนะ :

ในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะ สีรองหรือสีเพิ่มเติมเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องใช้ เพื่อสร้างความสวยงามและเสริมความโดดเด่นของผลงาน ดังนั้นทฤษฎีสีต่าง ๆ ก็ยังเป็นสิ่งที่ผู้ปฏิบัติงานควรที่จะศึกษาเพิ่มเติมเพื่อให้เกิดความเข้าใจ และลงมือปฏิบัติงานการใช้โปรแกรมกราฟิกเป็นประจำ เพื่อเป็นการฝึกฝนทักษะและพัฒนาผลงานให้ได้เป็นอย่างดี

๑.๙ การใช้งานตัวอักษร (Typography)

ตัวหนังสือจะมีอิทธิพลต่อผู้พบเห็นในเรื่องความสวยงาม สื่ออารมณ์ไปในทิศทางเดียวกัน เกิดความลงตัว ในการจัดองค์ประกอบของงานออกแบบเป็นอย่างมาก “การใช้งานตัวอักษร (Typography) คือกระบวนการจัดเรียงตัวอักษร คำ และข้อความในทุก ๆ งานที่ผู้ชมสามารถมองเห็นและรับรู้ได้ เป็นหนึ่งในเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยยกระดับประสิทธิภาพการสื่อสารผ่านสายตา ดังนั้นนักออกแบบกราฟิกจึงควรที่จะศึกษาในรายละเอียดต่าง ๆ 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) โดยทั้งสามสิ่งนี้ต้องมีรูปแบบที่สัมพันธ์กันเพื่อให้คำนั้น ๆ มีความหมายในตัวมากที่สุด”(เพราะตัวอักษรมีผลต่อการออกแบบ, สืบค้นจาก <https://www.wynnsoftstudio.com>) ดังตัวอย่างต่อไปนี้การใช้ตัวหนังสือบนงานออกแบบ แล้วผู้ปฏิบัติงานจะเห็นว่า ตัวหนังสือต่างกันนิดเดียวก็ทำให้ อารมณ์งานแตกต่างกันสิ้นเชิง ดังตัวอย่างภาพด้านล่างนี้



ภาพประกอบที่ ๔๐ ตัวอย่างภาพการใช้ตัวหนังสือที่ต่างกันในปียินดีต้อนรับนักศึกษา

๑.๙.๑ ชนิดของตัวอักษร (Type Style)

Serif (เซริฟ) “เป็นแบบอักษรที่มีขีดเล็ก ๆ 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>)

ไม่มีเชิง Sans-Serif

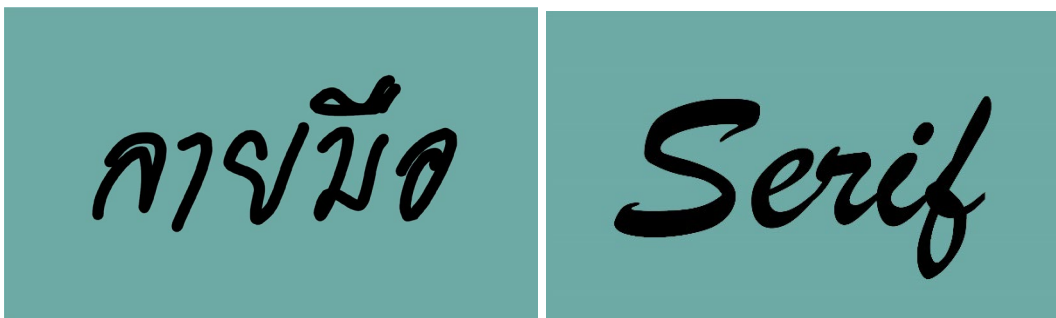
ภาพประกอบที่ ๔๒ ตัวอย่างภาพตัวอักษรแบบซันส์เซريف

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



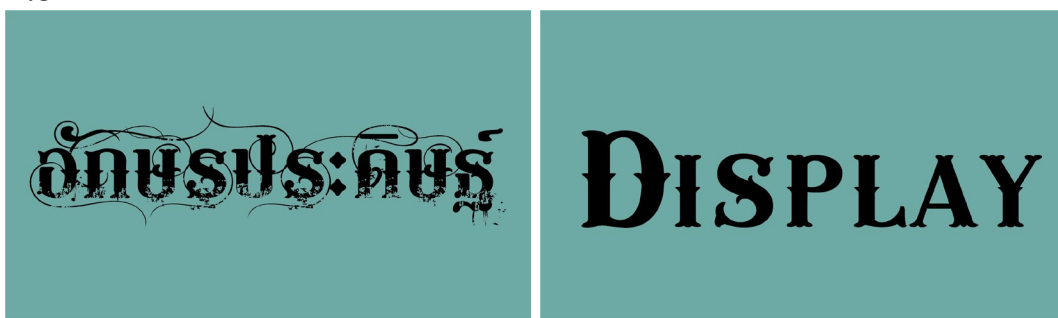
ภาพประกอบที่ ๔๓ ตัวอย่างภาพตัวอักษรไทยแบบที่มีหัวและไม่มีหัว

Script (สคริปต์) เป็นตัวอักษรที่เลียนแบบลายมือ โดยใช้ปากกาชนิดต่าง ๆ ตามแต่สไตล์ในการออกแบบ ตัวอักษรชนิดนี้ให้ความรู้สึกไม่เป็นทางการ มีความเป็นอิสระ และรู้สึกสนุกสนาน และมักจะไม่ใช่ในสื่อสิ่งพิมพ์เพราะอาจทำให้อ่านยาก แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบริบทของสื่อสิ่งพิมพ์นั้น ๆ ด้วย



ภาพประกอบที่ ๔๔ ตัวอย่างภาพตัวอักษรเลียนแบบลายมือทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

Display (ดิสเพลย์) ตัวอักษรประดิษฐ์ เป็นการออกแบบให้โดดเด่น บางตัวเกิดเป็นสัญลักษณ์ ตัวอักษรชนิดนี้มีรูปแบบที่หลากหลายและให้อารมณ์ความรู้สึกแตกต่างกันออกไปด้วย



ภาพประกอบที่ ๔๕ ตัวอย่างภาพตัวอักษรประดิษฐ์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

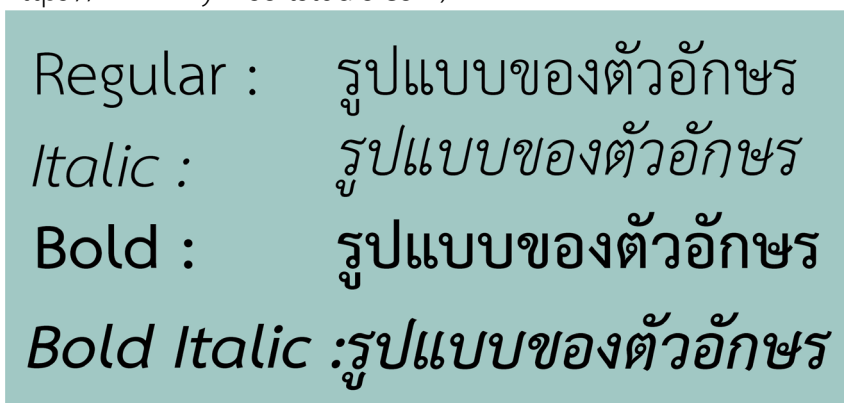
๑.๙.๒ รูปแบบของตัวอักษร Type Character

คือ ลักษณะของตัวอักษรที่เห็นอยู่ในขณะนั้น โดยมีรูปแบบต่าง ๆ ให้เลือกใช้ตามความเหมาะสม โดยแบ่งเป็น ๒ กลุ่มให้เห็นภาพได้อย่างชัดเจน

กลุ่มที่ ๑ กลุ่มที่พบเห็นโดยทั่วไป

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

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



ภาพประกอบที่ ๔๖ ตัวอย่างภาพตัวอักษรรูปแบบต่าง ๆ

กลุ่มที่ ๒ กลุ่มพิเศษ พบได้กับฟอนต์บางชนิดเท่านั้น

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

การใช้รูปแบบของกลุ่มนี้มักใช้กับกลุ่มคำที่เน้นเป็นพิเศษ เช่น หัวเรื่อง หรือ ใจความสำคัญต่าง ๆ

Thin: รูปแบบของตัวอักษร

Light: รูปแบบของตัวอักษร

Medium: รูปแบบของตัวอักษร

SemiBold: รูปแบบของตัวอักษร

Black: รูปแบบของตัวอักษร

ภาพประกอบที่ ๔๗ ตัวอย่างภาพตัวอักษรรูปแบบต่าง ๆ 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 ขนาดที่ใช้และเหมาะกับสายตาคนทั่วไป คือ ๑๔ พอยน์ ซึ่งอ่านสบายตาพอดี แต่ในบางตัวอักษรอาจจะเล็กหรือใหญ่ไป ไม่มีขนาดตายตัวสักเท่าไรเพราะต้องขึ้นอยู่กับคนออกแบบตัวอักษรนั้น ๆ 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 โดยลักษณะการกวาดสายตาจะเป็นดังภาพ ดังนั้น ถ้าอยากให้อ่านง่าย ควรจะวางเรียงลำดับให้ดีด้วย ไม่เช่นนั้นจะเป็นการอ่านข้ามไปข้ามมา ทำให้เสียความหมายของข้อความได้

อ่านจากซ้ายไปขวา

อ่านจากบนลงล่าง



ภาพประกอบที่ ๔๙ ตัวอย่างภาพการวางตำแหน่งพอนต์

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

๒) จุดเด่นที่เป็นตัวอักษรควรมีเพียงจุดเดียว คือ ควรมีตัวอักษรที่ใหญ่และเด่นชัดอยู่เพียงจุดเดียว ที่เรียกว่าหัวข้อหลักจึงจะเป็นจุดเด่นที่มองเห็นได้ง่ายไม่สับสน ส่วนจุดอื่น ๆ 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 สถาปัตยกรรมต่าง ๆ และรวมถึงภาพโฆษณาต่าง ๆ ด้วย”(ภาพประกอบ, ๒๕๖๑, สืบค้นจาก<https://th.wikipedia.org/wiki/>)

ก่อนที่ผู้ปฏิบัติงานจะเริ่มออกแบบสร้างสรรค์งานออกแบบ ในรูปแบบต่าง ๆ ผู้ปฏิบัติงานควรทำความรู้จักพื้นฐานของภาพประกอบที่จะนำมาใช้ในงานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น รู้จักการกำหนดความละเอียดของภาพ ไฟล์ภาพชนิดต่าง ๆ โหมดสีของภาพ รวมถึงโปรแกรมที่ใช้ในการสร้างสรรค์ภาพ สิ่งเหล่านี้รวมเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการออกแบบทั้งสิ้น ซึ่งจะมีอยู่ด้วยกัน ๒ ลักษณะคือ ภาพ Bitmap และ Vector ผู้ปฏิบัติงานควรมีความรู้เรื่องไฟล์ทั้งสองชนิด

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

ข้อดี คือ เป็นไฟล์รูปภาพที่สามารถเปิดดูได้ง่าย ไม่ต้องใช้โปรแกรมเฉพาะ

ข้อเสีย คือ ขยายขนาดไม่ได้ เพราะจะทำให้พิกเซลของภาพแตกทันที ถ้าจะใช้งานที่มีขนาดใหญ่ ต้องกำหนดความละเอียดไว้สูง ๆ ตั้งแต่เริ่มต้น

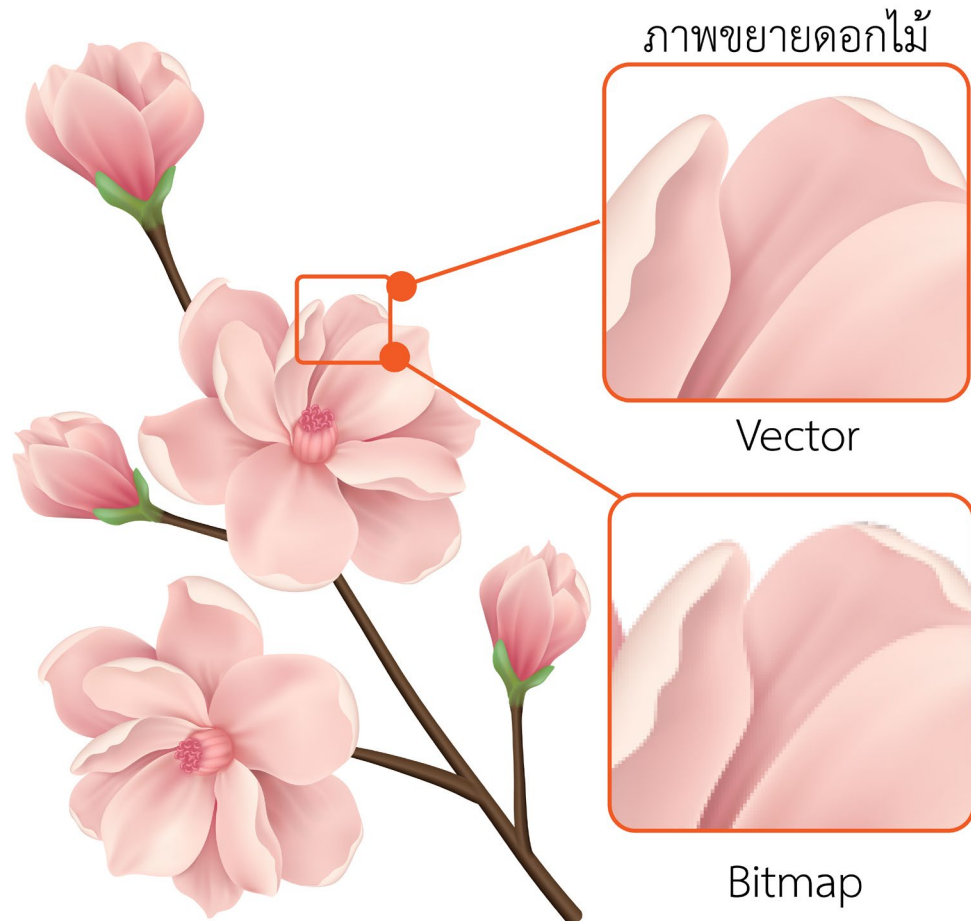


ภาพประกอบที่ ๕๒ ตัวอย่างภาพจริงที่ถ่ายดอกไม้จากกล้องถ่ายภาพ

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

ข้อดี คือ สามารถย่อ/ขยายภาพ ได้โดยไม่เสียรายละเอียด คือ ไม่แตกเป็นพิกเซล จนกว่าจะนำมาแปลงเป็นไฟล์ 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 หรือบางครั้งแทนค่าความละเอียด (ความคมชัด) ที่แตกต่างกันไป จึงใช้ในการบอกคุณสมบัติของภาพ จอภาพ หรืออุปกรณ์แสดงผลภาพได้ คำว่า “พิกเซล” (pixel) มาจากคำว่า “พิกเจอร์” (picture) ที่แปลว่า

รูปภาพ และ “เอเลเมนต์” (element) ที่แปลว่า องค์ประกอบ จอภาพที่มีจำนวนพิกเซลมาก จะมีความละเอียดของภาพมาก โดยมากจะระบุจำนวนพิกเซลแนวนอน x แนวตั้ง เช่น ๑๓๖๖ x ๗๖๘ พิกเซล และที่สำคัญที่มักเจออีกคำหนึ่งก็คือ *megapixel* คือหน่วยล้านของ pixel ๑ megapixel (mp) จึงมาค่าเท่ากับ ๑ ล้าน pixel เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ของงานออกแบบออกที่มาตีพิมพ์คมชัดไม่แตกหรือเบลอผู้ปฏิบัติงานจะต้องรู้จักกำหนดค่าความละเอียด (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 (บันทึกงาน) เป็นไฟล์รูปชนิดที่เหมาะสมกับงานที่จะนำไปใช้ให้มากที่สุด และถึงแม้ว่าจะมีไฟล์มากมายหลายชนิด แต่ในปัจจุบันมีไฟล์ที่ใช้เป็นมาตรฐานอยู่ไม่กี่ชนิด ดังนี้

- **ไฟล์ JPEG** เป็นไฟล์ภาพที่นิยมใช้งานบนอินเทอร์เน็ต (Internet) หรือรูปภาพดิจิทัล ข้อดีคือ ไฟล์จะถูกบีบอัดจนมีขนาดไม่ใหญ่มากนัก เปิดดูได้เร็ว แต่ไม่ค่อยเหมาะกับงานพิมพ์คุณภาพสูง
- **ไฟล์ BMP** เป็นไฟล์ภาพของระบบปฏิบัติการ Windows ข้อดีคือ เก็บรายละเอียดของรูปได้มาก เหมาะสำหรับนำไปตกแต่งต่อ แต่ปัญหาของภาพชนิดนี้คือ ไฟล์ใหญ่เปิดช้า และไม่รองรับโหมดสีสิ่งพิมพ์ CMYK จึงนำไปใช้กับงานสีสิ่งพิมพ์ไม่ได้
- **ไฟล์ TIFF** เป็นไฟล์ภาพที่เก็บรายละเอียดของงานได้ครบถ้วนสมบูรณ์ สามารถบันทึกเลเยอร์ (Layer) เก็บไว้ใช้ต่อได้ ใช้ได้ทั้ง Windows และ Mac อีกทั้งยังรองรับโหมดสี CMYK ได้อีกด้วย
- **ไฟล์ PNG** เป็นไฟล์ที่ถูกบีบอัดมีขนาดเล็กมาก ๆ และยังสามารถบันทึกให้มีพื้นหลังแบบโปร่งใส เหมาะกับงานบนเว็บไซต์หรือบนอินเทอร์เน็ต (Internet)
- **ไฟล์ PSD** เป็นไฟล์ที่สร้างจากโปรแกรม Adobe Photoshop สามารถบันทึกข้อมูลแก้ไขต่าง ๆ และแยกเลเยอร์ (Layer) สำหรับนำกลับมาแก้ไขตกแต่งต่อไปได้ ปัจจุบันสามารถใช้ไฟล์นี้ส่งโรงพิมพ์ได้เลย เพราะทุกโรงพิมพ์จะมีโปรแกรม Adobe Photoshop กันอยู่แล้ว แต่ที่ไม่นิยมเพราะไฟล์นี้จะมีขนาดใหญ่มากนั่นเอง
- **ไฟล์ AI** เป็นไฟล์ภาพที่เกิดจากการวาดภาพและทำงานในโปรแกรม Illustrator สามารถส่งไฟล์นี้เข้าโรงพิมพ์ ได้เช่นเดียวกัน
- **ไฟล์ EPS** เป็นไฟล์ภาพที่ถูกแปลงออกมาจากไฟล์ที่ทำงานในโปรแกรม Illustrator ไฟล์แบบนี้มีข้อดีคือ ตัวไฟล์จะดึงรูปภาพที่ใช้ในการทำงานมาฝังไว้ในไฟล์ได้ด้วย

๑.๑๐.๓ โหมดสีของภาพ (Color Mode)

โหมดสี (Color Mode) คือ รูปแบบการผสมสีเพื่อนำไปใช้กับงานประเภทต่าง ๆ โดยโหมดสีแต่ละชนิดจะเหมาะกับ งานที่แตกต่างกันออกไป โหมดสีจะมีอยู่หลายชนิด แต่ถ้าพูดถึงโหมดสีหลัก ๆ ที่เกี่ยวกับงานออกแบบกราฟิกและต้องใช้อยู่เป็นประจำแล้วจะมีอยู่เพียง 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 จะมีความสดและหาอิมิตัวสูง ผู้ปฏิบัติงานไม่สามารถนำไปใช้กับระบบงานสิ่งพิมพ์ได้

CMYK โหมดสีสำหรับงานสิ่งพิมพ์ : ให้ผลลัพธ์ตรงกับสีธรรมชาติมากที่สุด เพราะเกิดจากการผสมกันของแม่สีทางวัสดุ หรือแม่พิมพ์ที่เป็นหมึกพิมพ์จริง ๆ 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 เพราะสีที่ได้จะผิดเพี้ยนไปจากที่เห็นบนจอภาพ แบบที่ระดับความเพี้ยนสีตั้งแต่เล็กน้อยจนถึงขั้นเพี้ยนสีอย่างมาก ดังนั้น ถ้ารู้ว่างานนี้ต้องนำไปส่งพิมพ์ออกมา ก็ให้เปลี่ยนมาทำงานในโหมดสีแบบ CMYK ตั้งแต่ต้นเสียก่อนหลังจากพิมพ์ออกมาก็จะได้สีใกล้เคียงกับสีของภาพที่เห็นบนหน้าจอของผู้ปฏิบัติงานมากที่สุด (อนัน วาโอะ, ๒๕๖๑, Graphic Design for Advertising & Printing, น. ๔๔)

๑.๑๑ การจัดองค์ประกอบ

การจัดองค์ประกอบที่ดีจะช่วยให้งานออกแบบนั้นมีจุดเด่นอย่างชัดเจน สามารถดึงดูดใจผู้พบเห็นและสื่อความหมายได้ตรงตามต้องการ โดยที่ภาพรวมของงานยังคงเป็นไปในทิศทางที่ส่งเสริมกัน “การจัดวางองค์ประกอบที่ดี จำเป็นต่องานศิลปะ งานกราฟิกหรืองานอื่น ๆ

และเป็นพื้นฐานสำคัญที่ควรหยิบยกมาพิจารณา นักออกแบบที่ประสบความสำเร็จมักจะเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดวางองค์ประกอบพื้นฐาน นักออกแบบกราฟิกจะใช้ตัวอักษรและรูปภาพร่วมกัน โดยจะพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบไปด้วยและท้ายที่สุดองค์ประกอบทั้งหมดจะรวมกันแสดงผลเป็นระดับชั้นผ่านการมองเห็น 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 เช่นงานศิลปะต่าง ๆ อีกทั้งงานออกแบบยังประกอบไปด้วยภาพและตัวอักษรและนำมาจัดวางให้สวยงามน่าสนใจ ในการจัดองค์ประกอบที่นิยมเพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานได้นำไปประยุกต์ใช้พัฒนาในงานออกแบบของตนได้มีดังนี้

๑) **จังหวะการจัดวาง (Rhythm)** เป็นเรื่องของจังหวะในการวางองค์ประกอบ อาจวางซ้ำ ๆ หรือวางในระยะที่เท่ากัน วางให้เกิดจังหวะที่แตกต่างกันเล็กน้อย ตรงส่วนที่ต้องการให้เป็นจุดเด่น สามารถใช้ได้กับทุกองค์ประกอบทั้งตัวอักษร รูปภาพ หรือสีก็ได้เช่นกัน เป็นการใช้ช่องไฟหรือระยะห่างระหว่างวัตถุที่ชัดเจน ดังตัวอย่างนี้

กำหนดการ โครงการส่งเสริมวัฒนธรรม
“ดริวก็ซ ดริวตาซ สงกราชต์ล้านนา”
วันพฤหัสบดี ที่ ๒๖ เมษายน ๒๕๖๕

เวลา	กิจกรรม
บริเวณลานพ่อกุ	
เวลา ๐๙.๕๐ - ๑๔.๐๐ น.	พร้อมกัน ณ บริเวณลานพ่อกุ
เวลา ๑๔.๐๐ - ๑๕.๐๐ น.	พิธีสวดพระคาถาทรงศีลที่วัดสิริประจามหาวิทยาลัย “พระภูมิเทพนครราช”
เวลา ๑๕.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.	ผู้สมัครลงทะเบียนการแข่งขัน
เวลา ๑๖.๐๐ - เป็นต้นไป	การแข่งขันอาหารแห่งเกียรติยศ : ลาบ (บริเวณลานพ่อกุ) การแข่งขันตัดคุกกี้ใหม่ (ศาลาราชมงคล) การแข่งขันส้มตำลีลา (บริเวณลานหน้าอาคารสำนักงานอธิการบดี)
บริเวณสนามหญ้าหน้าอาคารสำนักงานอธิการบดี	
เวลา ๑๕.๐๐ - ๑๕.๓๐ น.	พิธีกล่าวอธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา และผู้บริหารมหาวิทยาลัยฯ
เวลา ๑๕.๓๐ - ๑๖.๐๐ น.	พิธีมอบรางวัลให้กับผู้ชนะการแข่งขันอาหารแห่งเกียรติยศ : ลาบ การแข่งขันตัดคุกกี้ใหม่ และการแข่งขันส้มตำลีลา

รายการแข่งขัน

ประกวดตุ๊ก

แข่งขันลาบ

แข่งขันส้มตำลีลา

ภาพประกอบที่ ๕๖ ตัวอย่างภาพงานออกแบบกำหนดการโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมที่ใช้รูปแบบการจัดวางซ้ำ ๆ ของขนาดภาพ ตัวอักษร และการใช้ช่องไฟ

๒) ความสอดคล้องและความขัดแย้งกัน (Harmony / Contrast) ขององค์ประกอบ เป็นเรื่องการสร้างจุดเด่นให้แยกออกจากฉากหลัง บางครั้งการใช้ความสอดคล้องแต่ยังทำให้สร้างจุดเด่นในงานได้โดยให้ภาพหลักยังคงมีความกลมกลืนกันอยู่ เรียกว่า Harmony ในวิธีการนี้จะทำให้เกิดความรู้สึกที่ละมุน ดูแล้วสบายตาเหมาะที่จะใช้กับงานประชาสัมพันธ์ที่ต้องการบอกเล่าเหตุการณ์ต่าง ๆ และการออกแบบในอีกรูปแบบที่ต้องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่ต้องการให้มีความรู้สึกกระตือรือร้น มีการให้ความสนใจในทันทีที่เห็นเป็นการประชาสัมพันธ์เรื่องที่ร้ายแรงหรือเรื่องสำคัญ ผู้ปฏิบัติงานควรสร้างจุดเด่นโดยให้ภาพหลักขัดแย้งกับพื้นหลังอย่างชัดเจน เรียกว่า Contrast การออกแบบรูปแบบนี้จะทำให้งานมีสีสันที่น่าสนใจ เนื่องจากการผลึกความเด่นของภาพจากพื้นหลังที่ต่างกันมากนั่นเอง

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ห่วงใย และคำนึงถึงความปลอดภัยของนักศึกษา อาจารย์ และบุคลากร

- 1 ออกจากบ้านเมื่อจำเป็น
- 2 เว้นระยะห่าง 1-2 เมตร
- 3 ล้างมือบ่อยๆ ด้วยสบู่หรือเจลแอลกอฮอล์
- 4 ล้างมือบ่อยๆ
- 5 อย่าใช้มือสัมผัสหน้าตา
- 6 หลีกเลี่ยงกลุ่มเสี่ยง หลีกเลี่ยงการออกนอกบ้าน
- 7 ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อพื้นผิวที่ถูกสัมผัสบ่อยๆ
- 8 แยกของใช้ส่วนตัวทุกชนิด ไม่ใช้ร่วมกับผู้อื่น
- 9 กินอาหารปรุงสุกใหม่ แยกสำรับ ใช้ช้อนกลาง สอนส่วนตัว
- 10 ระวังความเสี่ยงของตนเอง หลีกเลี่ยงสัมผัสกับผู้ป่วย COVID-19

www.mtu.ac.th

ภาพประกอบที่ ๕๗ ตัวอย่างงานออกแบบที่ใช้ความขัดแย้งกันของสีทำให้งานมีความน่าสนใจและโดดเด่น แยกออกจากฉากหลังอย่างเห็นได้ชัด



ภาพประกอบที่ ๕๘ ตัวอย่างงานออกแบบที่ใช้ความสอดคล้องของสีมาเป็นหลักในการออกแบบที่จะทำให้งานนั้นมีความกลมกลืนดูแล้วสบายตา

๓) การจัดเรียงตำแหน่งขององค์ประกอบ (Alignment) ทำให้อ่านง่าย สบายตา เป็นมิตรต่อการมองเห็น สามารถรับรู้ทันทีว่าจะต้องเริ่มอ่านตรงไหน จบตรงไหน มีทิศทางการมองได้อย่างชัดเจน โดยธรรมชาติของ คนไทยจะกวาดตาอ่านหนังสือจากบนซ้ายไปด้านขวา ไล่จากบนลงล่าง ในส่วนนี้จะคล้ายกับเรื่องธรรมชาติการอ่านที่เคยกล่าวไว้แล้วในหัวข้อ Typography



ภาพประกอบที่ ๕๙ ตัวอย่างภาพการออกแบบป้ายแบนเนอร์ประชาสัมพันธ์งานโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการแบบการจัดเรียงตำแหน่งองค์ประกอบที่อ่านจากซ้ายไปขวา

๔) สัดส่วนขององค์ประกอบ (Proportion) โดยธรรมชาติของมนุษย์จะมองวัตถุที่ใหญ่กว่าก่อนเสมอ ดังนั้นสัดส่วนที่แตกต่างกันของจุดเด่นและองค์ประกอบอื่น ๆ ที่ไม่ใช่จุดเด่น ควรมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนในระดับหนึ่งจึงจะเพิ่มความน่าสนใจให้กับจุดเด่นได้ การจัดวางองค์ประกอบในรูปแบบนี้มักจะใช้ในการสร้างจุดเด่นให้กับข้อมูลหรือภาพที่สำคัญเพื่อดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายสนใจเป็นจุดแรกและสามารถเข้าใจความหมายได้ทันที ดังตัวอย่าง

โครงการเกษตรอุตสาหกรรม
เพื่อการส่งออก ภาคเหนือ

โครงการขยายผล ภาคโมเดล

ตากแห้ง
1,850 ล้านบาท

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

ปลูกพืชเชิงเดี่ยวใช้พื้นที่มาก พืชผลน้อย

- ใช้ ปุ๋ยเคมี ยาฆ่าแมลง ต้นทุนสูง
- พืชผลต่ำ ไม้มีค่าขาย

ปลูกพืชเชิงเดี่ยวใช้พื้นที่มาก พืชผลน้อย

- ปลูกพืชเชิงเดี่ยวใช้พื้นที่มาก พืชผลน้อย
- ใช้ ปุ๋ยเคมี ยาฆ่าแมลง ต้นทุนสูง
- พืชผลต่ำ ไม้มีค่าขาย

ขยายงาน
1,100 ล้านบาท

- ไรต์แคต ดัดแปลง แพคเกจจิ้ง หีบเป็น 30 - 35 ไร่
- โรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ไม่น้อยกว่า 5 - 10 โรง
- วิจัย พัฒนา ผลิตภัณฑ์กล้วย มะม่วง สับปะรด ซึ่งกระเจียวเพื่อให้อาหารอนาคต (Functional food / Healthy food/ Food Ingredient etc.) 2,000 products

ปลายทาง
650 ล้านบาท

- วิจัยพัฒนาเกษตรอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก ภาคเหนือ ขยายเกษตรกรกว่า 258,050 คน
- กลุ่มประเทศญี่ปุ่น เกาหลี จีน ไต้หวัน ฯลฯ
- ตลาดในประเทศ อาทิ TQP 7-11 ตลาดไทย ฯลฯ
- กิจกรรมสร้างวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์ และแปรรูปอื่นๆ
- ครัวเรือนชุมชนผลิตภัณฑ์/แปรรูป
- *ธนาคาร - สถาบันการเงินน้อยกว่า 4 สาขาใหญ่ และ 200 สาขาย่อย
- คัดสรรวิเคราะห์วิจัย และพัฒนาการผลิต

“เกษตรกรไทยหาจอน หลุดพ้นกับดักรายได้ปานกลาง”

จังหวัดตากจึงเดินตามรอยเบื้องพระยุคลบาท ทำตามแบบอย่าง “โครงการหลวง-เกษตรที่สูง” ในรูปแบบประชารัฐ ยกระดับเกษตรกร 4.0 เกษตรแปลงใหญ่ ผู้เกษตรอุตสาหกรรม เพื่อการส่งออก

- ซื้อขายเกษตรกรล่วงหน้า/ ขายแล้วค่อยผลิต เกษตรปลอดภัย ต่อผู้บริโภค
- ผลผลิตในรูปแบบอุตสาหกรรม (แปลงใหญ่)

บริษัทจัดการready บริษัทพัฒนาเกษตรอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกภาคเหนือ รูปแบบประชารัฐ

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

ภาพประกอบที่ ๖๐ ตัวอย่างภาพงานออกแบบที่แบ่งสัดส่วนงานอย่างชัดเจน

๕) การรวมกลุ่มขององค์ประกอบ(Proximity) คือ การนำองค์ประกอบอื่น ๆ มารวมกลุ่มไว้ใกล้กับจุดเด่นที่ต้องการ เพื่อให้ง่ายต่อการมองเห็นนั่นเอง ยกตัวอย่างนักร้องคนดังที่มีผู้คนและแฟนคลับขู่มั้ขู่มือเชียร์อยู่ด้านล่าง หรือ นักกีฬาที่กำลังถูกแสง Spotlight ฉายอยู่ จะทำให้คนคนนั้นดูน่าสนใจมากขึ้น

มหาวิทยาลัยนวัตกรรมเพื่อชุมชน
University of Innovation for community

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

โมโครนาโนบับเบิล
เทคโนโลยียืดอายุความสดของอาหาร
หนึ่งในแนวคิดที่พัฒนาเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค

ภาพประกอบที่ ๖๑ ตัวอย่างภาพงานออกแบบที่ใช้การจัดวางองค์ประกอบแบบรวมกลุ่มของภาพผักและผลไม้

๑.๑๑.๒ รูปแบบของการจัดองค์ประกอบ

พื้นฐานองค์ประกอบผ่านไป ทีนี้มาถึงการรวมเอาทุกสิ่งทีกล่าวมารวมกัน โดยใช้ Element หรือองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น เส้น สี หรือตัวอักษร สื่อความหมายออกไปด้วยการจัดวาง ที่สามารถดึงดูดความสนใจและแสดงอารมณ์ของงานได้ อย่างเหมาะสมมากที่สุด การจัดองค์ประกอบหลัก ๆ มีอยู่ ๓ แบบ ได้แก่

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



ภาพประกอบที่ ๖๒ ตัวอย่างภาพป้ายประชาสัมพันธ์งานกีฬา ๙ ราชมงคล

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

๒.๑) ความสมดุลจริง คือ ภาพทั้งสองด้านซ้ายและขวามีรูปทรงที่คล้ายกันหรือเหมือนกันเมื่อมองงานออกแบบจะเห็นได้ชัดเจนจากภาพว่ามีความสมดุล



ภาพประกอบที่ ๖๓ ตัวอย่างภาพการออกแบบป้ายแบบสมดุลจริงจากวัตถุที่วางเท่า ๆ กัน

๒.๒) สมดุลด้วยน้ำหนัก คือ ภาพไม่จำเป็นต้องเหมือนกัน ทั้งสองด้านและมีการจัดองค์ประกอบอื่นที่ไม่มีลักษณะเดียวกัน แต่มองดูแล้วมีน้ำหนักเท่า ๆ กัน ทั้งสองด้าน ไม่ว่าจะป็นสีสัน รูปทรง ฟอนต์ หรือองค์ประกอบอื่น ๆ มาวางลงในผลงาน ซึ่งน้ำหนัก ในที่นี้หมายถึงน้ำหนักที่วัดจากความรู้สึกของผู้ชมงานออกแบบ ที่เมื่อเห็นภาพแล้วมีความรู้สึก ว่า ภาพนี้มีความสมดุลของน้ำหนักภาพอยู่ ไม่ใช่หนักจากการวัดหรือชั่งจากเครื่องมือแต่อย่างใด



ภาพประกอบที่ ๖๔ ตัวอย่างภาพการออกแบบป้ายแบบสมดุลด้วยน้ำหนัก

๓) จัดองค์ประกอบแบบเน้นจุดสนใจ (Point of Interest)

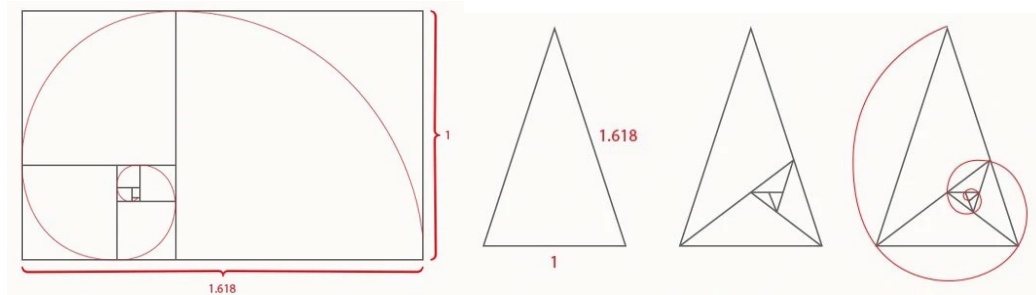
คือการจัดองค์ประกอบด้วยการให้วิธีวางตำแหน่งจุดเด่นลงไปแล้วใช้วิธีต่าง ๆ ที่อธิบายไว้ข้างต้น เน้นให้เกิดจุดเด่นมีความสนใจขึ้นมา เช่น ใช้ขนาดที่แตกต่างกันสำหรับจุดเด่น (ตามหลักของ Proportion) หรือใช้สีที่ตัดกัน (ตามหลักของ Contrast) (อนัน วาโซะ, ๒๕๖๑, Graphic Design for Advertising & Printing, น.๓๔)



ภาพประกอบที่ ๖๕ ตัวอย่างภาพงานออกแบบที่จัดองค์ประกอบแบบเน้นจุดสนใจ

๑.๑๑.๓ การจัดองค์ประกอบของภาพที่ใช้ประกอบงานออกแบบ

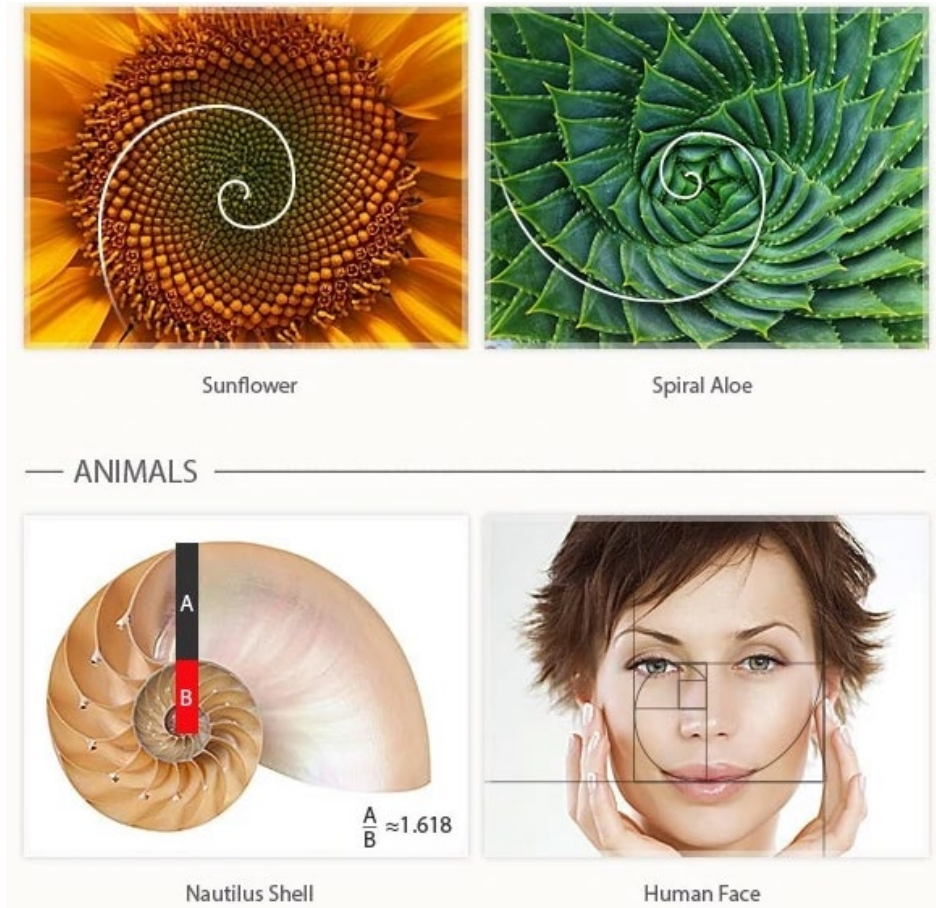
การจัดองค์ประกอบภาพที่เน้นจุดสนใจยังมีอีกหลายวิธีที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานออกแบบของผู้ปฏิบัติงานให้เกิดความสวยงามได้เช่นกัน ได้แก่ การใช้เส้นนำสายตา การใช้จุดตัด ๙ ช่อง หรือการใช้กรอบภาพเพื่อเน้นให้เกิดจุดเด่น องค์ประกอบที่กล่าวมาไม่ว่าจะเป็นวิธีการจัดวาง และความหมายขององค์ประกอบ เป็นสิ่งที่ต้องนำมาใช้และทำความเข้าใจร่วมกัน จากนั้นฝึกทำตามทฤษฎีต่าง ๆ และหาตัวอย่างที่สวยงามเพื่อมาทำความเข้าใจในวิธีการลงมือปฏิบัติ แล้ววิเคราะห์การเลือกใช้สี ใช้เทคนิคใดในการจัดวาง จึงจะทำให้ผลงานพัฒนาขึ้นและได้รับการยอมรับและยังมีนัยกออกแบบได้กล่าวถึงการจัดวางองค์ประกอบอื่นที่เป็นที่ยอมรับจากทั่วโลกไว้ว่า “เมื่อมองย้อนไปยังประวัติศาสตร์ของทัศนศิลป์ ทฤษฎีการจัดวางองค์ประกอบมีการพัฒนาในหลากหลายรูปแบบ เช่น วิทรูเวียส (Vitruvius) สถาปนิกและวิศวกรแห่งโรมันได้ใช้สูตรคณิตศาสตร์ในการกำหนดพื้นที่ของรูป ซึ่งรู้จักกันในชื่อสัดส่วนทองคำ (Golden Section) หรือสี่เหลี่ยมผืนผ้าทองคำ (Golden Rectangle) ซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากอัตราส่วนของด้านที่ยาวที่สุดและสั้นที่สุดของรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ซึ่งทฤษฎีนี้ปรากฏเป็นส่วนหนึ่งของคณิตศาสตร์, สถาปัตยกรรมศาสตร์, ศิลปศาสตร์, ผลงานกราฟิก และการออกแบบอุตสาหกรรม ศิลปินฝรั่งเศสนาม อองรี มาติสส์ (Henri Matisse) (๑๘๖๙-๑๙๕๔) ได้แรงบันดาลใจจากแนวคิดดังกล่าว และสร้างผลงานที่เกิดจากการจัดวางองค์ประกอบให้รู้สึกถึงความเคลื่อนไหวและถ่ายทอดความรู้สึกออกไป” (Dabner, Stewart, Zempol, ๒๐๑๕, น.๓๓, ผู้แปล จุติพงศ์ ภูสุมาศและสุวิสา แซ่ฮั้ง)



ภาพประกอบที่ ๖๖ ตัวอย่างภาพการคำนวณที่ตรงกับอัตราส่วน Golden Ratio
(แหล่งที่มา : <https://www.freepik.com/search?dates=any&format>)

ในปัจจุบันมีการนำสัดส่วนทองคำมาใช้ในการออกแบบอย่างแพร่หลายหรือที่เรียกว่า Golden Ratio “สัดส่วนทองคำ (Golden Ratio) หรือที่รู้จักกันในชื่อตัวเลขทองคำ อัตราส่วนทองคำ หรืออัตราส่วนของพระเจ้า คืออัตราส่วนระหว่างจำนวนสองจำนวนที่มีค่าโดยประมาณเท่ากับ ๑.๖๑๘ มักเขียนแทนด้วยตัวอักษรพายของกรีก สัดส่วนนี้มีความเกี่ยวข้องอย่างยิ่งกับลำดับฟีโบนัชชีซึ่งเป็นลำดับที่จำนวนแต่ละจำนวนจะบวกกับจำนวนก่อนหน้า จำนวนฟีโบนัชชี ได้แก่ ๐, ๑, ๑, ๒, ๓, ๕, ๘, ๑๓, ๒๑ และจำนวนอื่น ๆ ต่อไปเรื่อย ๆ โดยสัดส่วนของจำนวนแต่ละจำนวนและจำนวนที่อยู่ก่อนหน้าจะมีค่าเข้าใกล้ ๑.๖๑๘ สัดส่วนทองคำใช้งานได้เหมือนกับกฎสามส่วนโดยสามารถใช้เป็นกรอบหรือแนวทางในการจัดวางองค์ประกอบแต่ไม่ได้เป็นข้อบังคับที่เข้มงวดเกี่ยวกับวิธีการที่คุณจะออกแบบโครงสร้างงานของคุณ เพราะในที่สุดแล้วระยะห่างเป็นสิ่งสำคัญและไม่ว่าจะเป็นแนวทางใดก็เป็นประโยชน์ทั้งสิ้น “ถ้าหากทุกสิ่งสำคัญหมด ก็แปลว่าไม่มีอะไรสำคัญเลย” นักศึกษาปัจฉิมมนุษย์วิศวกรรม Sara Berndt กล่าว หากคุณจัดให้รูปภาพทั้งหมดอยู่ตรงกลางหรือจัดข้อความเป็นกลุ่มก้อนเดียวโดยไม่มีการจัดระเบียบ คุณอาจสร้างความรู้สึก

แปลกแยกให้แก่ผู้อ่าน ผู้ชม หรือผู้ใช้ได้ ใช้สัดส่วนทองคำเป็นแนวทางในการทำงานของคุณเพื่อให้แน่ใจว่าองค์ประกอบต่าง ๆ มีระยะห่างที่เหมาะสมและมีการจัดวางเป็นอย่างดี” (Obermiller, Berndt, ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสัดส่วนทองคำ, สืบค้นจากhttps://www.adobe.com/th_th/creativecloud/design/discover/golden-ratio.html)

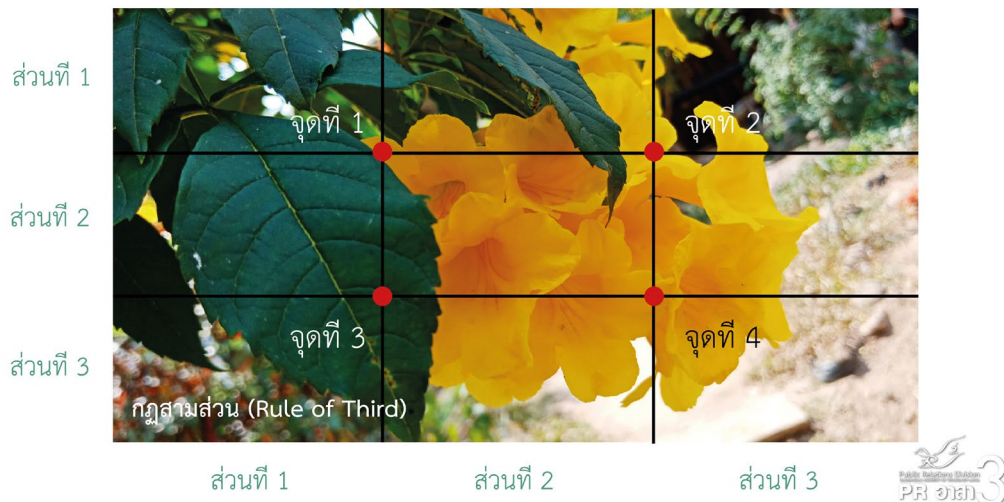


ภาพประกอบที่ ๖๗ ตัวอย่างภาพการใช้สัดส่วนทองคำ
(แหล่งที่มา : <https://www.freepik.com/search?dates=any&format>)



ภาพประกอบที่ ๖๘ ตัวอย่างภาพการใช้กรอบภาพ เสริมให้ภาพโดดเด่นขึ้น

กฎสามส่วน (Rule of Third)



ภาพประกอบที่ ๖๙ ตัวอย่างภาพการใช้จุดตัวเก้าช่อง เสริมให้ภาพโดดเด่นขึ้น

ปัญหา : ที่อาจเกิดขึ้นสำหรับผู้ปฏิบัติงานใหม่ในความเข้าใจหลักการออกแบบกราฟิก

๑. ผู้ปฏิบัติงานเลือกใช้ตัวอักษรไม่ลงตัวกับลักษณะของงานออกแบบเพราะไม่เข้าใจในลักษณะและความหมายของตัวอักษร
๒. ผู้ปฏิบัติงานไม่มีความรู้เรื่องโทนสีและไม่ได้ศึกษาสีปะมาแต่ต้นจึงทำให้ไม่สามารถจดจำลักษณะหรือความหมายของสีได้

แนวทางแก้ไขปัญหา :

๑. ผู้ปฏิบัติงานต้องมีการสืบค้นข้อมูลเพิ่มเติมด้วยตนเองจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือที่มีการลงชื่อในบทความที่เขียนหรือหาข้อมูลเพิ่มเติมจากเว็บไซต์ที่มีการให้ความรู้ด้านการออกแบบโดยตรง
๒. ผู้ปฏิบัติงานควรมีการพิมพ์ตารางสีหรือหนังสือที่ให้ความรู้ด้านสีโดยเฉพาะเอาไว้สำหรับดูการผสมสีและความหมายของสีที่จะเลือกใช้

ข้อเสนอแนะ :

ผู้ปฏิบัติงานด้านการออกแบบที่เพิ่งมีการศึกษาจะไม่สามารถจดจำทฤษฎีที่เกี่ยวข้องได้ทั้งหมดโดยเฉพาะทฤษฎีสี ที่ต้องมีการศึกษามาแต่ต้นพร้อมกับลงมือปฏิบัติ จึงแนะนำให้ผู้ปฏิบัติงานใหม่มีการสืบค้นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานออกแบบไปพร้อม ๆ กับการลงมือปฏิบัติจริง จึงจะทำให้สามารถจดจำทฤษฎีการออกแบบได้

๒. การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทป้ายไวนิล

สื่อสิ่งพิมพ์ คือ สื่อที่มีกระบวนการผลิตเป็นชิ้นงานออกมาหลังจากขั้นตอนการออกแบบแล้วเสร็จ เป็นสื่อที่มีการจับต้องได้เป็นวัตถุ ยกตัวอย่างเช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ นามบัตร ป้ายไวนิล หนังสือ นิตยสาร ฉลาก โล่ แก้วน้ำ ของที่ระลึกต่าง ๆ ฯลฯ ซึ่งในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์นั้น จะมีวัสดุที่สำคัญใช้ผลิตงานออกแบบนั้นเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ในขั้นตอนการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ แต่ละประเภทก็จะมี ความแตกต่างกัน เพราะมีกระบวนการผลิตและการใช้วัสดุที่ต่างกัน ดังนั้น ก่อนที่ผู้ปฏิบัติงานจะเริ่มการออกแบบสื่อ จึงควรทราบว่าจะต้องผลิตสื่อเป็นสื่อประเภทอะไรบ้าง มีการนำไปใช้งานอย่างไรเพื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อให้มีกระบวนการออกแบบที่ถูกต้องสอดคล้องกับวิธีการผลิตสื่อชิ้นนั้น ๆ และไม่เกิดข้อผิดพลาดระหว่างการผลิตขึ้น



ภาพประกอบที่ ๗๐ ตัวอย่างภาพสื่อสิ่งพิมพ์หลากหลายประเภท

ป้ายไวนิล (VinyL) คือ สื่อสิ่งพิมพ์ที่มีกระบวนการผลิตในโรงพิมพ์ ด้วยการพิมพ์ระบบอิงค์เจ็ท(Inkjet) ลงบนวัสดุที่เป็นไวนิล (VinyL) และมีการติดตั้งตามจุดติดตั้งต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์งานหรือกิจกรรม โดยป้ายไวนิลนั้นสามารถผลิตได้หลายขนาดตามข้อจำกัดของเครื่องพิมพ์ในโรงพิมพ์แต่ละแห่ง ซึ่งก่อนที่ผู้ปฏิบัติงานจะลงมือปฏิบัติงานออกแบบควรทราบข้อมูลของวัสดุไวนิลและกระบวนการพิมพ์ก่อนจึงจะทำให้สามารถผลิตสื่อที่มีคุณภาพได้

๒.๑ วัสดุไวนิล (Vinyl)

ไวนิล คือ พลาสติกชนิดพิเศษมีส่วนผสมระหว่างพลาสติกคุณภาพสูงรวมกับสารเพิ่มประสิทธิภาพต่าง ๆ เช่น สารเพิ่มความทนทานต่อแสงแดด สารเพิ่มความแข็งแรงทนทานต่อแรงกระแทก สารเพิ่มความทนทานต่อสภาวะอากาศ และสารเพิ่มความทนทานความร้อน ไวนิลนอกจากจะทนทานต่อแสงแดดรังสียูวี และสภาวะอากาศที่เปลี่ยนแปลงแล้วยัง เป็นวัสดุที่ไม่มีปัญหาเรื่องปลวกหรือแมลงกัดเจาะ การผุกร่อนหรือบิดงอ การเกิดสนิม การรั่วซึมของน้ำฝน ไม่ติดไฟ และยังช่วยลดการสิ้นเปลืองพลังงานอีกด้วย จึงนิยมนำมาใช้ผลิตอุปกรณ์ใช้งานกลางแจ้ง รวมถึงป้ายโฆษณาต่าง ๆ ปัจจุบันวัสดุไวนิลกำลังเป็นที่นิยมอย่างมากในการนำมาผลิตป้ายโฆษณาป้ายประกาศ และป้ายต่าง ๆ เนื่องจากมีความทนทานต่อทุกสภาวะ และที่สำคัญราคาไม่แพง เมื่อเปรียบเทียบกับป้ายวัสดุประเภทอื่น ๆ ทุกวันนี้หากสังเกตุดูตลอดเส้นทางมักจะพบเห็นป้ายไวนิลที่ใช้ในการโฆษณาสินค้า หรือประกาศต่าง ๆ ป้ายไวนิลนั้นแบ่งเป็น ๒ ประเภทใหญ่ ๆ คือ

๒.๒.๑ ไวนิลทึบแสง คือ ไวนิลที่มีการเคลือบสารเคมีที่ด้านหลังเมื่อพิมพ์อิงค์เจ็ท แล้วส่องไฟจะมองไม่เห็นลึ แบ่งตามการใช้งานได้ดังนี้

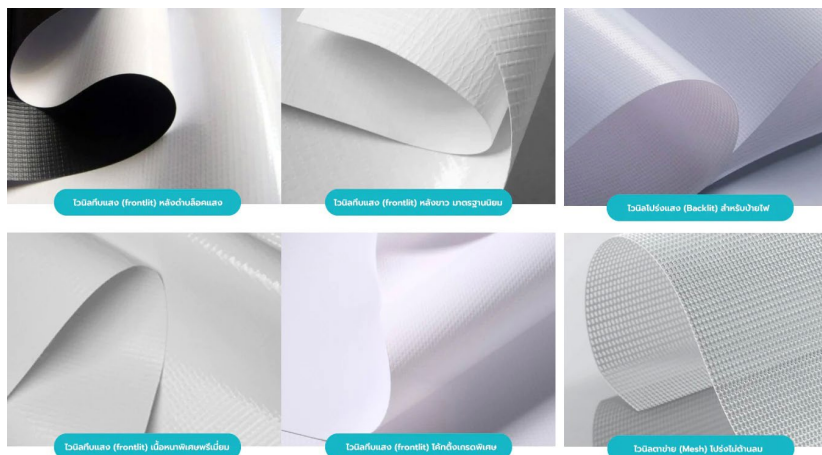
ป้ายไวนิลแบบหลังขาว เหมาะกับงานพิมพ์อิงค์เจ็ททั่วไป

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 ที่เห็นตามป้ายด้านนอกของร้านค้า สามารถพิมพ์ Inkjet โดยใช้ Profile Backlit เนื่องจากต้องส่องไฟจากด้านหลังจึงต้องใช้อุปกรณ์พิมพ์ที่ให้หมึกหนาแน่นกว่าเป็นพิเศษ เพื่อเวลาส่องไฟแล้วสีไม่เพี้ยน ไวนิลโปร่งแสงสามารถนำมาใช้พิมพ์อิงค์เจ็ทลงไปได้ตรง ๆ หรืออาจจะใช้เป็นเทคนิคติดสติ๊กเกอร์โปร่งแสงทับหน้าลงไปได้เช่นกัน แล้วแต่ลักษณะงานที่ต้องการ

ป้ายไวนิลแบบตาข่าย คือไวนิลที่สามารถลดแรงปะทะของลมได้ดีกว่าแบบโปร่งแสงทั่วไป สามารถใช้ซึ่งตามอาคารสูงได้หรือกล่องไฟที่อยู่บนอาคารสูง จะมีระยะห่างของตาข่ายแตกต่างกันไปสามารถเลือกใช้ตามความเหมาะสม



ภาพประกอบที่ ๗๑ ตัวอย่างภาพไวนิลชนิดต่าง ๆ

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

๒.๒ การพิมพ์ระบบอิงค์เจ็ท (Inkjet)

ระบบการพิมพ์แบบอิงค์เจ็ท จะใช้เครื่องพิมพ์แบบพ่นหมึก โดยหลักการทำงานหลักก็คือ ตัวหัวพิมพ์จะพ่นหมึกออกมาเป็นหยดเล็ก ๆ ลงบนวัสดุและพ่นสีหมึกตามรูปแบบของไฟล์งานที่ได้สั่งพิมพ์ไป ข้อดีของอิงค์เจ็ท 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 ดังนั้นไฟล์งานสำหรับใช้กับเครื่องอิงค์เจ็ทจึงมีข้อจำกัด ไฟล์งานหลัก ๆ ที่สามารถใช้กับเครื่องอิงค์เจ็ทขนาดใหญ่ ได้แก่ ไฟล์ .ai , .eps , .psd , .pdf , .jpg , .png , .tiff ฯลฯ ไฟล์งานของ Microsoft Office ทั้งหมดจะต้องถูกแปลงเป็นไฟล์เหล่านี้เสียก่อน

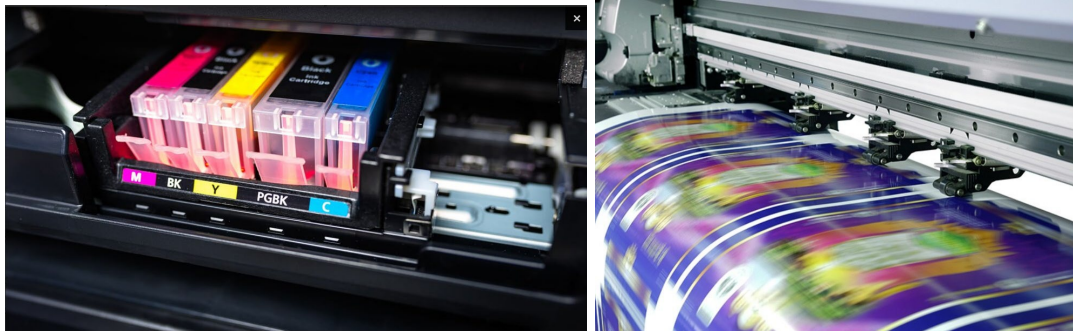
๒.๒.๔. รูปภาพใน Artwork ที่ส่งพิมพ์งานกราฟิกนั้นมียู่ ๒ แบบหลัก คืองานวาดเส้นเติมสีด้วยตัวผู้ปฏิบัติงานเอง ส่วนใหญ่จะใช้ Software Illustrator งานเหล่านี้เรียกว่าไฟล์ Vector ส่วนอีกแบบหนึ่งคืองานภาพถ่าย (Pixellet Photo) หรือภาพอะไรก็ตามที่ได้มาจากการถ่ายรูป งานภาพพิมพ์ที่เห็นกันอยู่ในปัจจุบันก็มาจากไฟล์ ๒ ประเภทนี้ ไฟล์ Vector นั้นจะถูกขยายร้อยเท่าพันเท่าภาพก็ไม่แตก แต่ในทางตรงข้ามไฟล์ Photo จะถูกลดความละเอียดของภาพ ทุกครั้งที่ขยายจากภาพต้นฉบับ ดังนั้นภาพแตกหรือไม่แตกจึงขึ้นอยู่กับปัจจัย ๒ อย่างคือ

๑) ภาพต้นฉบับที่ได้ถ่ายมามีขนาดใหญ่เท่าไร

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

๒.๒.๕. เมื่อสีเป็นเรื่องสำคัญสำหรับงานของผู้ผลิต เช่น สี Identity ของโลโก้ สี Identity ของผลิตภัณฑ์ แนะนำให้ผู้ปฏิบัติงานมีการตรวจสอบ (Proof) สีก่อนสั่งงานพิมพ์ทุกครั้ง ถึงแม้จะมีการสั่งงานซ้ำ (Reprint) หลายครั้งแล้วก็ตาม เนื่องจากการพิมพ์อิงค์เจ็ทเป็นการพิมพ์ระบบหมึกพ่นผสมสี ซึ่งโอกาสที่สีจะผิดเพี้ยนมีมากกว่าระบบออฟเซ็ท (Offsets) และซิลค์สกรีน (Silkscreen) การสั่งงานให้พิมพ์โดยอ้างอิงจากสี Pantone โดยไม่มีการตรวจสอบสีจะ

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



ภาพประกอบที่ ๗๒ ตัวอย่างภาพการพิมพ์ระบบอิงค์เจ็ท

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

๒.๓ รูปแบบของป้ายไวเนล

ในการผลิตป้ายไวเนลมีรูปแบบที่ได้รับความนิยมมาก ในปัจจุบันนี้มีหลากหลายรูปแบบดังนี้

๒.๓.๑. ป้ายบิลบอร์ด (Billboard) หรือป้ายขนาดใหญ่ คือ “สื่อโฆษณาขนาดใหญ่ที่นิยมติดตั้งบริเวณถนนสายหลัก ถนนมอเตอร์เวย์ ทางสรรพสินค้า ด้านหน้าบริษัท หรือบนอาคาร มีลักษณะเป็นป้ายสี่เหลี่ยมผืนผ้า ตัวป้ายจะติดตั้งด้วยแผ่นไวเนล ส่วนใหญ่โครงสร้างของป้ายบิลบอร์ดจะเป็นโครงเหล็กถักติดตั้งบนเสากลมขนาดใหญ่ ซึ่งจะมีทั้งแบบที่เป็นเสาเดี่ยวหรือเสาคู่ สามารถมองเห็นตัวป้ายแม้ในระยะไกล มีการทำต่อม่อหรือฐานรากที่แข็งแรง และเนื่องจากตัวป้ายมีขนาดใหญ่ ดังนั้นการก่อสร้างจะต้องมีการควบคุมโดยวิศวกร ทั้งงานโครงสร้างและฐานราก ข้อแตกต่างของป้ายบิลบอร์ดกับป้ายประเภทอื่นก็คือส่วนมากเจ้าของป้ายจะผลิตป้ายเพื่อให้เช่า ดังนั้นถ้าต้องการทำสื่อประชาสัมพันธ์บนป้ายบิลบอร์ดต้องจ่ายค่าเช่ากับเจ้าของป้ายก่อน แต่ปัจจุบันนี้เจ้าของสินค้าส่วนใหญ่จะนิยมทำป้ายบิลบอร์ดขึ้นเอง ซึ่งข้อดีก็คือสามารถลดค่าใช้จ่ายสำหรับการเช่าป้าย และสามารถติดตั้งสื่อได้ตามระยะเวลาที่ต้องการ โดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องการหมดสัญญาเช่าด้วย” (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 หรือฉากเวที การแสดงกิจกรรมสำคัญ เป็นสื่อที่ช่วยทำให้เข้าใจงานนั้นเป็นงานเกี่ยวกับกิจกรรมอะไร ใครคือ ผู้จัด และป้ายแบคดรอป ยังสามารถเป็นอีกช่องทางในการโปรโมทสินค้าเพื่อให้คนจดจำแบรนด์ และตัว Backdrop (แบคดรอป) ยังสามารถสื่อสารถึงภาพลักษณ์ขององค์กรนั้น ๆ ได้ พร้อมทั้ง ทำให้เป็นจุดสนใจในการถ่ายรูป ยกตัวอย่างเช่น การจัดกิจกรรมโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมเมื่อมีการบันทึกภาพจะสามารถนำภาพไปใช้เผยแพร่กิจกรรมและสรุปการจัดกิจกรรมในภายหลังได้ หากไม่มีป้ายฉากเวทีเมื่อบันทึกภาพไปแล้วจะไม่ทราบว่าเป็นการจัดงานอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ เพราะมีการจัดงานในสถานที่เดียวกันบ่อยครั้ง



ภาพประกอบที่ ๗๔ ตัวอย่างภาพป้ายฉากหลัง

๒.๓.๓ ป้ายกองโจร (Street Cutout) คือ ป้ายโฆษณาชั่วคราวที่

ติดตามริมถนนข้างทาง แหล่งชุมชน หรือพื้นที่ ๆ มีคนสัญจรพลุกพล่าน มีขนาดมาตรฐานคือ ๑๒๐ x ๒๔๐ cm มีส่วนประกอบหลักคือ โครงไม้และไวนิล จุดประสงค์ของการทำป้ายกองโจร โดยทั่วไปแล้วคือการจัดโปรโมชันสินค้าหรือการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย หรือการจัดกิจกรรม บางอย่างขึ้น ซึ่งปัจจุบันมักจะพบเห็นป้ายประเภทนี้ทุกตรอกซอกซอย เพราะเป็นสื่อที่ถือว่าเข้าถึง ลูกค้าได้เป็นอย่างดี และสามารถสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มเป้าหมายได้จำนวนมาก เช่น ป้ายหาเสียง เลือกลง ป้ายโครงการหมู่บ้าน คอนโด การจัดงานแสดงสินค้า และการประชาสัมพันธ์ในเทศกาล งานประเพณีต่าง ๆ เป็นต้น ป้ายกองโจรมีลักษณะและวัตถุประสงค์การนำไปใช้งานคล้ายกับ ป้ายคัทเอาท์ แต่มีขนาดต่างกันเท่านั้น



ภาพประกอบที่ ๗๕ ตัวอย่างภาพป้ายกองโจร

๒.๓.๔ ป้ายธงญี่ปุ่น (J Flag) หรือป้ายไววนิลขาตั้ง คือ “ป้ายที่มีลักษณะเป็นป้ายโฆษณาสี่เหลี่ยมผืนผ้าแนวตั้ง นิยมใช้ในการตกแต่งหรือโฆษณาประชาสัมพันธ์ใช้ได้ทุกโอกาส จุดเด่นของธงญี่ปุ่นคือ ธงญี่ปุ่น (J Flag) มีความสวยงามโดดเด่น สีสดใสดูดี ใช้พื้นที่ในการติดตั้งน้อย พกพาสะดวก สามารถถอดประกอบได้ง่าย ประหยัดเวลา น้ำหนักเบา สามารถเคลื่อนย้ายติดตั้งได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ง่ายต่อการใช้งานและการทำความสะอาด ป้ายธงญี่ปุ่นมักใช้สำหรับการทำป้ายโฆษณา ป้ายประชาสัมพันธ์ จัดแสดงในงานต่าง ๆ 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 “ขาเอ็กซ์” ที่ใช้สำหรับโฆษณาประชาสัมพันธ์ ใช้เป็นสื่อส่งเสริมการขาย ณ จุดขายและสำหรับแสดงภาพหรือโปรโมชั่นสินค้าผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ หรือใช้จัดงานนิทรรศการแสดงงาน งานออกบูธกิจกรรม งานประชาสัมพันธ์องค์กร ป้ายชนิดนี้มีราคาไม่สูงมากเป็นป้ายโฆษณาที่มีลักษณะเป็นป้ายขาตั้งโดยจะมีขาตั้งเป็นรูปตัว X แต่ขาตั้งแข็งแรงพอสมควรอีกทั้งยังประกอบได้ง่ายพร้อมกล่องใส่งานที่มีคุณภาพทำให้งานไม่เสียหาย ขนาดของเอ็กซ์สแตนด (X stand) ที่นิยมใช้คือ ๖๐ x ๑๖๐ ซม. และ ๘๐ x ๑๘๐ ซม. ป้ายโฆษณาแบบขาตั้งเหมาะกับการจัดงานภายในอาคาร (Indoor) อาทิ งานจัดแสดงสินค้า งานออกบูธ อีเว้นท์ งานสัมมนา ราคาประหยัด ภาพชัด สีสวยสด วัสดุพับเก็บง่าย พร้อมกระเป๋าสะดวกในการพกพาไปจัดงานตามที่ต่าง ๆ ขาตั้งตัวก้านค้ำได้องศา ก้านขาเหล็กแข็งแรง แกนกลางล็อกแน่นคงทน คลิปจับงานได้เรียบร้อย เคลื่อนย้ายพกพาสะดวก น้ำหนักเบา จึงมักมีผู้นิยมใช้กันอย่างมาก



ภาพประกอบที่ ๗๗ ตัวอย่างภาพป้ายเอ็กซ์สแตนด

๒.๓.๔ ป้ายโรลอัพ (Roll up) คือ ป้ายที่ถูกเก็บอยู่ในเครื่องมือที่มีลักษณะคล้ายกลองโลหะและสามารถตั้งขึ้นตั้งประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีรูปแบบที่สวยงามหรือเรียกว่ามีสไตล์ในตัว ที่ได้รับความนิยมแพร่หลาย เหมาะสำหรับการใช้งานประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดความสนใจจากกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากป้ายโรลอัพใช้งานง่าย พกพาสะดวกสบาย ราคาถูก กระทัดรัด น้ำหนักเบา นิยมใช้เป็นอุปกรณ์ในการออกบูธ งานมหกรรมแสดงนิทรรศการ งานแผนการต่าง ๆ การจัดกิจกรรมที่มีการให้ความรู้หรืออธิบายผลิตภัณฑ์ขององค์กร เพราะป้ายโรลอัพจะช่วยแสดงข้อมูลของสินค้า กิจกรรมที่จัดหรือโปรโมชันได้อย่างชัดเจนหลาย ๆ ธุรกิจ หรือแบรนด์จะใช้ป้ายโรลอัพในการประชาสัมพันธ์สินค้า และบริการ เนื่องจากโรลอัพเป็นอุปกรณ์ที่สามารถพับเก็บ ติดตั้ง และเคลื่อนย้ายได้สะดวก มีน้ำหนักเบา ใช้งานง่าย พกพาสะดวกเหมาะกับงาน Outdoor/Indoor การออกแบบโรลอัพที่ดี ช่วยทำให้ป้ายโรลอัพดูเด่น 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 ป้ายที่มีการพิมพ์สำหรับติดได้ทั่วไป โดยไม่มีขนาดเฉพาะตายตัว สามารถออกแบบและผลิตตามขนาดของสถานที่ติดได้ตามความต้องการ โดยการผลิตป้ายรูปแบบนี้มักจะผลิตให้ป้ายพับขอบให้พอดีกับกรอบงาน พร้อมกับมีการเจาะรูตาไก่ตามมุมที่ต้องการร้อยเชือก เพื่อให้ขึงติดได้สะดวก อีกทั้งยังมีการใช้ป้ายไว้นิลรูปแบบนี้เป็นป้ายชื่อองค์กร หรือประชาสัมพันธ์ข้อมูลบางอย่าง ในการเดินขบวนต่าง ๆ วัตถุประสงค์ของการใช้ มักจะเป็นการติดตั้งระยะสั้นหรือใช้เป็นป้ายเฉพาะกิจเท่านั้น



ภาพประกอบที่ ๗๙ ตัวอย่างภาพป้ายไว้นิลทั่วไป

ปัญหา : ที่อาจเกิดจากการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทป้ายไว้นิล

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

แนวทางแก้ไขปัญหา :

๑. การออกแบบป้ายไว้นิลนั้นผู้ปฏิบัติงานไม่ควรใส่ข้อความทุกอย่างที่ต้องการประชาสัมพันธ์ลงในป้ายทั้งหมด ควรใส่ข้อความที่ตรงประเด็น กระชับและเข้าใจได้ทันทีว่าเป็นป้ายประชาสัมพันธ์กิจกรรมอะไร
๒. ผู้ปฏิบัติงานควรวิเคราะห์ข้อมูลที่ต้องใช้ในป้ายไว้นิลประชาสัมพันธ์มาเป็นอย่างดีตามขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลตั้งที่กล่าวไว้ข้างต้น ไม่ควรออกแบบงานโดยไม่มีกรวิเคราะห์ก่อนและต้องนำเสนอต่อผู้บังคับบัญชาหรือทีมงานที่เกี่ยวข้องก่อน เพราะจะทำให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนถูกต้องที่สุดก่อนการออกแบบ

๓. การออกแบบป้ายไวเนลที่มีข้อมูลตัวอักษรและข้อมูลภาพที่มากเกินไปจนทำให้งานออกแบบดูรก ไม่น่าอ่านและสร้างความรำคาญให้ผู้พบเห็นได้ ให้ความรู้สึกขัดตาจนกลายเป็นสื่อไม่มีคุณภาพ ผู้ปฏิบัติงานควรเลือกใช้ภาพที่สื่อความหมายถึงสิ่งที่ต้องการประชาสัมพันธ์มากที่สุดและเลือกใช้ภาพที่มีความสวยงามภาพมีความละเอียดเหมาะสมกับขนาดของป้ายไวเนล พร้อมกับใช้ชุดข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์มาแล้วเรียบร้อยจะทำให้ปฏิบัติงานออกแบบง่ายขึ้นอีกด้วย

๔. ผู้ปฏิบัติงานควรเลือกประชาสัมพันธ์ในจุดติดตั้งป้ายไวเนลที่มีขององค์กรเพราะเป็นจุดที่เคยมีการประชาสัมพันธ์ไปแล้วทำให้กลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไปรับทราบแล้วว่าเมื่อมีการจัดกิจกรรมใดใดขึ้นก็จะมีมีการประชาสัมพันธ์ที่จุดติดตั้งนี้ อีกทั้งยังมีโครงให้ติดตั้งป้ายทำให้ดูเรียบร้อยสะอาดตาน่ามองแก่ผู้พบเห็น

ข้อเสนอแนะ :

การออกแบบป้ายไวเนลที่ติดนั้นควรคำนึงถึงรูปแบบและสีสันทันให้กลมกลืน การจัดองค์ประกอบที่น่าสนใจ ดูแล้วสบายตาและมีจุดเด่นเพื่อเรียกร้องความสนใจ ผู้ปฏิบัติงานควรออกแบบงานให้มีเอกลักษณ์ขององค์กรเพื่อให้เกิดการจดจำ นอกจากนี้เนื้อหาที่ใช้แสดงบนป้ายไม่ควรมากเกินไป แต่ให้เห็นแล้วเข้าใจได้ง่ายในเวลาอันรวดเร็ว

๓. กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้องในงานออกแบบ

ในการออกแบบงานสิ่งหนึ่งซึ่งผู้ปฏิบัติงานควรคำนึงถึงคือการละเมิดลิขสิทธิ์ผลงานของผู้อื่น เช่น ตัวอักษร (Font) ไฟล์ภาพถ่าย หรืองานออกแบบต่าง ๆ ที่มีผู้สร้างสรรค์ไว้แล้วบางผลงาน ผู้ปฏิบัติงานสามารถนำมาใช้ได้ บางผลงานต้องมีการให้เครดิตเจ้าของผลงาน บางผลงานไม่สามารถใช้เชิงพาณิชย์แต่สามารถใช้ในการราชการที่ไม่มีผลกำไรได้ ผู้ปฏิบัติงานจึงควรศึกษากฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้องในงานออกแบบ เพื่อให้งานไม่เกิดปัญหาขึ้นในภายหลัง

๓.๑ ทรัพย์สินทางปัญญาคืออะไร

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

ประเภทของทรัพย์สินทางปัญญาโดยทั่ว ๆ ไป คนไทยส่วนมากจะคุ้นเคยกับคำว่า “ลิขสิทธิ์” ซึ่งใช้เรียก ทรัพย์สินทางปัญญาทุกประเภท โดยที่ถูกต้องแล้วทรัพย์สินทางปัญญาแบ่งออกเป็น ๒ ประเภท ที่เรียกว่า ทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม (Industrial property) และลิขสิทธิ์ (Copyright) ทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม ไม่ใช่สังหาริมทรัพย์และอสังหาริมทรัพย์ที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทางอุตสาหกรรม แต่ที่จริงแล้วทรัพย์สินทางอุตสาหกรรมนี้เป็นความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ที่เกี่ยวกับสินค้าอุตสาหกรรม

๓.๒ ความหมายของทรัพย์สินทางปัญญาแต่ละประเภท

๓.๒.๑. สิทธิบัตร

สิทธิบัตร (Patent) เป็นการคุ้มครองการประดิษฐ์คิดค้นหรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะตามที่กำหนดในกฎหมาย กฎกระทรวง และระเบียบว่าด้วยสิทธิบัตร พ.ศ. ๒๕๒๒ ซึ่งหากต้องการขอรับความคุ้มครองจะต้องยื่นคำขอรับสิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตร

พร้อมชำระค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนสิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตร ได้ที่ส่วนบริหารงานจดทะเบียนสำนักสิทธิบัตร กรมทรัพย์สินทางปัญญา โทร. ๐-๒๕๔๗-๔๖๓๗ หรือ สำนักงาน พาณิชยจังหวัด ทุกแห่ง ความหมายสิทธิบัตร หมายถึง หนังสือสำคัญที่รัฐออกให้เพื่อคุ้มครองการประดิษฐ์คิดค้น หรือการ ออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะตามที่กำหนดในกฎหมาย กฎกระทรวง และระเบียบว่า ด้วยสิทธิบัตร พ.ศ. ๒๕๒๒ เป็นทรัพย์สินทางปัญญาประเภทหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการประดิษฐ์คิดค้นหรือ การออกแบบ เพื่อให้ได้สิ่งของ เครื่องใช้ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ผู้ปฏิบัติงานใช้กันอยู่ ในชีวิตประจำวัน เช่น การประดิษฐ์รถยนต์ ที่วี คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ หรือการออกแบบขวดบรรจุ น้ำดื่ม ขวดบรรจุน้ำอัดลม ลวดลายบนจานข้าว ถ้วยกาแฟ ไม่ให้เหมือนของคนอื่น เป็นต้น สิทธิบัตร คือสิทธิพิเศษที่ให้ผู้ประดิษฐ์คิดค้นหรือผู้ปฏิบัติงานผลิตภัณฑ์มีสิทธิที่จะผลิตสินค้า จำหน่ายสินค้า แต่เพียงผู้เดียวในช่วงระยะเวลาหนึ่ง สิทธิบัตรแบ่งออกเป็น ๒ ประเภท ได้แก่

๑. สิทธิบัตร แบ่งออกเป็น ๒ ประเภท คือสิทธิบัตรการประดิษฐ์และ สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์

- **การประดิษฐ์** หมายถึง การคิดค้นเกี่ยวกับกลไก โครงสร้าง ส่วนประกอบ ของสิ่งของเครื่องใช้ เช่น กลไกของกล้องถ่ายรูป เครื่องยนต์ ยารักษาโรค เป็นต้น หรือการคิดค้นกรรมวิธีในการผลิตสิ่งของ เช่น วิธีในการผลิตสินค้า วิธีในการเก็บรักษา พืชผักผลไม้ไม่ให้เน่าเสียเร็วเกินไป เป็นต้น

- **การออกแบบผลิตภัณฑ์** หมายถึง การออกแบบรูปร่าง ลวดลาย หรือ สีลวดลาย ที่มองเห็นได้จากภายนอก เช่น การออกแบบแก้วน้ำให้มีรูปร่างเหมือนรองเท้า เป็นต้น

๒. อนุสิทธิบัตร (Petty patent) เป็นการให้ความคุ้มครองสิ่งประดิษฐ์ คิดค้น เช่นเดียวกับสิทธิบัตรการประดิษฐ์ แต่แตกต่างกันตรงที่การประดิษฐ์ที่จะขอรับอนุสิทธิบัตร เป็นการประดิษฐ์ที่มีเป็นการปรับปรุงเพียงเล็กน้อย และมีประโยชน์ใช้สอยมากขึ้น

๓.๒.๒. เงื่อนไขในการขอรับสิทธิบัตรการประดิษฐ์/อนุสิทธิบัตร

การประดิษฐ์ที่ขอรับสิทธิบัตรได้ กฎหมายกำหนดว่า จะต้องมีความสมบูรณ์ครบ ทั้ง ๓ อย่าง ดังต่อไปนี้

๑) เป็นสิ่งประดิษฐ์ใหม่ คือ ยังไม่เคยมีจำหน่ายหรือขายมาก่อน หรือยังไม่เคย เปิดเผยรายละเอียดของสิ่งประดิษฐ์ในเอกสารสิ่งพิมพ์ใด ๆ ในทีวี หรือในวิทยุ มาก่อน

๒) มีขั้นการประดิษฐ์ที่สูงขึ้น คือ ไม่เป็นสิ่งที่การประดิษฐ์ที่สามารถทำได้ง่าย โดยผู้มีความรู้ในระดับธรรมดา หรืออาจพูดได้ว่าการแก้ไขปัญหามุ่งทางเทคนิคของสิ่งประดิษฐ์ที่มีมา ก่อน

๓) สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการผลิตทางอุตสาหกรรม หัตถกรรม เกษตรกรรม และพาณิชย์กรรมได้

๓.๒.๓. การประดิษฐ์ที่ขอรับอนุสิทธิบัตร

กฎหมายได้กำหนดว่า จะต้องมีความสมบูรณ์ครบทั้ง ๒ อย่างดังต่อไปนี้

๑) เป็นสิ่งประดิษฐ์ใหม่ คือ ยังไม่เคยมีจำหน่ายหรือขายมาก่อน หรือยังไม่ เคยเปิดเผยรายละเอียดของสิ่งประดิษฐ์ในเอกสารสิ่งพิมพ์ใด ๆ ในทีวี หรือวิทยุมาก่อน

๒) สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการผลิตทางอุตสาหกรรม หัตถกรรม เกษตรกรรม และพาณิชย์กรรมได้

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 หรือรักษาโรคมมนุษย์ หรือสัตว์
- ๕) การประดิษฐ์ ที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดี อนามัย หรือสวัสดิภาพของประชาชน เช่น การคิดสูตรยาบ้า เป็นต้น

๓.๒.๕. เงื่อนไขในการขอรับสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ขอรับสิทธิบัตรได้ กฎหมายกำหนดว่าจะต้องมีคุณสมบัติครบทั้ง ๒ อย่างดังต่อไปนี้

- ๑) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่เคยมีหรือขายมาก่อน หรือยังไม่เคยเปิดเผยในเอกสารสิ่งพิมพ์ใด ๆ ในทีวี หรือในวิทยุมาก่อน
- ๒) สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการผลิตทางอุตสาหกรรม หรือหัตถกรรมได้

๓.๒.๖. การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ขอรับสิทธิบัตรไม่ได้

แบบผลิตภัณฑ์ที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดี ของประชาชน

๓.๓. ลิขสิทธิ์ทางผลงานและสัญญาอนุญาตแบบเปิด (Creative Commons)

สำหรับนักออกแบบกราฟิกหรือผู้ปฏิบัติงานออกแบบ ลิขสิทธิ์ทางผลงานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องมากที่สุดเพราะเป็นข้อกฎหมายที่ผู้ปฏิบัติงานต้องคำนึงถึงในระหว่างปฏิบัติงาน บางผลงานผู้ปฏิบัติงานสามารถนำมาใช้งานได้ภายใต้กฎข้อบังคับที่เข้าร่วมกัน จะทำให้ผลงานที่ได้ลงมือปฏิบัติไปนั้นไม่ได้ละเมิดลิขสิทธิ์ผลงานของผู้อื่นและส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กร “ผลงานทั้งหมดที่ถูกผลิตขึ้นมาล้วนแต่มีการคุ้มครองลิขสิทธิ์ให้กับเจ้าของผลงาน หรือที่เรียกว่า Copyright (สัญลักษณ์อักษรซีในวงกลม ©) ซึ่งเจ้าของผลงานแต่เพียงผู้เดียวเท่านั้นที่สามารถทำอะไรก็ได้กับงานตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นการทำสำเนา ดัดแปลง แจกจ่าย หากผู้อื่นจะนำผลงานนั้นไปใช้ก็ต้องมีการขออนุญาตจากเจ้าของก่อน ตรงนี้เองทำให้เกิดข้อจำกัดในการนำทรัพยากรมาใช้ประโยชน์ร่วมกัน จึงได้เกิดแนวคิดที่ เรียกว่า 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 เป็นลิขสิทธิ์ประเภทหนึ่งที่เปิดโอกาสให้สาธารณะได้นำผลงานนั้นไปใช้ได้โดยไม่ต้องขออนุญาต ไม่เป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ แต่ผู้ที่นำผลงานไปใช้จะต้องทำตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้บนผลงาน ผ่าน ๔ สัญลักษณ์ แทนแต่ละเงื่อนไข ผู้ปฏิบัติงานอาจเคยเห็นผ่านตาเพียงแต่ไม่รู้ว่าเป็นสัญลักษณ์แต่ละอย่างนั้นหมายถึงอะไร ซึ่งมีรูปแบบสัญลักษณ์และความหมายดังนี้



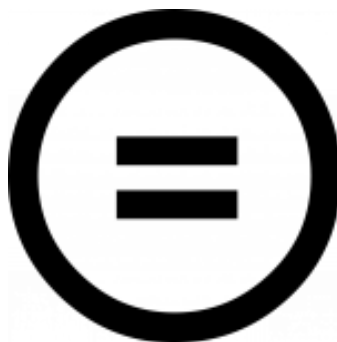
๓.๓.๑. Attribution (BY)

สัญลักษณ์ที่แสดงว่า อนุญาตให้ผู้อื่นสามารถนำผลงานไปใช้ ทำซ้ำ แจกจ่าย หรือดัดแปลงงานนั้นได้ แต่ต้องให้เครดิตที่มาของเจ้าของผลงานนั้น ซึ่งถ้าเขาอยากจะใช้ผลงานนั้น โดยไม่มีเครดิตชื่อเจ้าของผลงานกำกับ จะต้องทำการขออนุญาตเจ้าของผลงานก่อน



๓.๓.๒. NonCommercial (NC)

สัญลักษณ์ที่แสดงว่า อนุญาตให้ผู้อื่นสามารถนำผลงานไปใช้ ทำซ้ำ แจกจ่าย หรือดัดแปลงงานนั้นได้ แต่ต้องไม่ใช่เพื่อการค้า เว้นแต่ว่าจะได้รับอนุญาตจากเจ้าของผลงานก่อน



๓.๓.๓. NoDerivatives (ND)

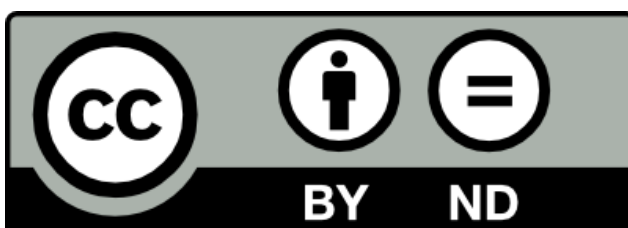
สัญลักษณ์ที่แสดงว่า อนุญาตให้ผู้อื่นสามารถนำผลงานไปใช้ ทำซ้ำ แจกจ่าย ผลงานชิ้นนั้นได้ แต่ห้ามดัดแปลงงาน เว้นแต่ว่าจะได้รับอนุญาตจากเจ้าของผลงานก่อน



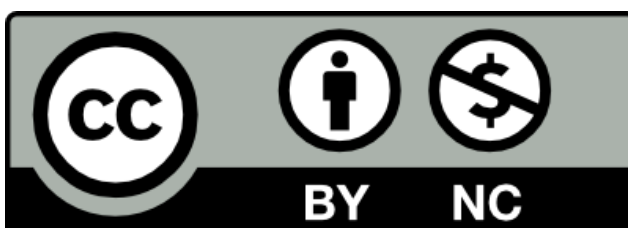
๓.๓.๔. ShareAlike (SA)

สัญลักษณ์ที่แสดงว่า อนุญาตให้ผู้อื่นสามารถนำผลงานไปใช้ ทำซ้ำ แจกจ่าย หรือ ดัดแปลงงานนั้นได้ แต่ผลงานที่ดัดแปลงนั้นจะต้องกำกับด้วยสัญญาอนุญาตเงื่อนไขเดียวกันกับ ต้นฉบับ เว้นแต่ว่าจะได้รับอนุญาตจากเจ้าของผลงานก่อน

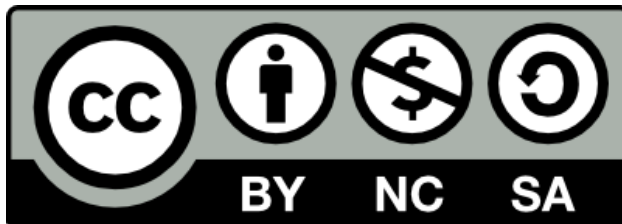
ตัวอย่าง Creative Commons License และการนำไปใช้งาน



หมายถึง อนุญาตให้นำผลงานไปใช้ ทำซ้ำ แจกจ่าย โดยต้องระบุที่มา และห้ามดัดแปลง



หมายถึง อนุญาตให้นำผลงานไปใช้ ทำซ้ำ แจกจ่าย หรือดัดแปลงงานนั้นได้ โดยต้องระบุ ที่มาและต้องไม่ใช่เพื่อการค้า



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 เพื่อบ่งบอกว่างานชิ้นนี้คุณเป็นผู้สร้างสรรค์ขึ้นมา ก่อน หลังจากนั้นเจ้าของผลงานลงมือสร้างสรรค์ผลงานตั้งแต่คิดค้น ออกแบบ ประดิษฐ์จนกลายเป็นงานชิ้นหนึ่งที่เสร็จสมบูรณ์และเจ้าของลิขสิทธิ์

จะมีสิทธิ์แต่เพียงผู้เดียว ในการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน อีกทั้งกฎหมายจะคุ้มครองตลอดอายุของผู้สร้างสรรค์ผลงานและคงอยู่ต่อไปอีก ๕๐ ปี นับตั้งแต่ผู้สร้างสรรค์ถึงแก่ความตาย

๓.๕ Model Release

เป็นข้อกำหนดใหม่ที่มีการคุ้มครองผู้ที่ถูกถ่ายภาพหรือนำภาพเหมือนไปใช้ในงาน ออกแบบหรืองานถ่ายภาพที่ถูกเผยแพร่ หากมีการนำไปใช้ผู้ใช้ต้องมีการได้รับอนุญาตจากเจ้าของ ผู้เป็นแบบก่อนได้ใช้ Model Release ที่เป็นใบอนุญาตที่ตัวแบบลงลายมือชื่อในเอกสารเป็นการ ยืนยันว่า ในขณะที่ถ่ายภาพนั้น ตัวแบบที่ปรากฏอยู่ในภาพนั้น ยินยอมหรืออนุญาตให้ ช่างภาพ สามารถใช้งานและ/หรือขายภาพนั้นได้โดยไม่มีการเรียกค่าชดเชยใด ๆ ในภายหลัง

๔. จุดติดตั้งป้ายไว้นิลประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

ล้าหนา

ภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้าหนา จะมีจุดติดตั้งป้ายขนาดใหญ่ที่มีโครงสร้างถาวรอยู่หลายจุด เมื่อมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ขึ้น การประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายไว้นิลตามจุดต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัยนั้นถือว่าเป็นมาตรฐานการประชาสัมพันธ์ขั้นพื้นฐาน เพื่อเป็นการสื่อสารองค์ ให้บุคลากรและนักศึกษารวมถึงประชาชนทั่วไปได้รับทราบข่าวสารการจัดกิจกรรมนั้น ๆ ขึ้น อีกทั้ง ยังเป็นการสร้างบรรยากาศร่วมภายในมหาวิทยาลัยเมื่อมีผู้พบเห็นป้ายประชาสัมพันธ์ ในการ ออกแบบป้ายไว้นิลประชาสัมพันธ์ สิ่งสำคัญที่สุดก่อนที่จะมีการเริ่มปฏิบัติงานนั้น ผู้ปฏิบัติงานต้อง ทราบถึงจุดติดตั้งป้ายประชาสัมพันธ์ เพราะจะทำให้ทราบขนาดและลักษณะพื้นที่ที่ติดตั้ง ซึ่งในการ วิเคราะห์จุดติดตั้งป้ายก่อนที่จะลงมือปฏิบัติงานออกแบบจะมีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงดังนี้

๔.๑ ลักษณะของตำแหน่งที่ติดตั้ง

ลักษณะตำแหน่งที่ติดตั้งป้ายจะมีผลต่อกลุ่มเป้าหมายที่รับสื่อประชาสัมพันธ์ ในการปฏิบัติงานออกแบบก็จะต้องมีการเลือกชุดข้อความที่จะสื่อสารเพื่อให้ตรงกับกลุ่มผู้รับสาร ซึ่งมีด้วยกัน ๒ ลักษณะคือ

๔.๑.๑ ลักษณะตำแหน่งติดตั้งป้ายภายนอกมหาวิทยาลัย คือ ป้ายที่มีการติดตั้งไว้ภายนอกรั้วมหาวิทยาลัย เป็นป้ายที่มีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสาร กิจกรรม และความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบเพราะผู้ที่สัญจรไปมา บริเวณที่ติดตั้งป้ายจะสามารถมองเห็นป้ายได้ทันที เมื่อมีการติดตั้งป้ายที่ตำแหน่งนี้จึงเป็นการ สื่อสารกับบุคคลภายนอก การแสดงเอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัยจึงเป็นข้อมูลสำคัญอย่างหนึ่งที่ควร สื่อสารออกไปจากป้ายนี้

๔.๑.๒ ลักษณะตำแหน่งติดตั้งป้ายภายนอกมหาวิทยาลัย คือ ป้ายที่มีการติดตั้งไว้ภายในรั้วมหาวิทยาลัย เป็นป้ายที่มีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร กิจกรรม และความเคลื่อนไหวต่าง ๆ สื่อสารองค์กรกับบุคลากร นักศึกษา และผู้มาเยี่ยมชมหรือใช้บริการที่ มหาวิทยาลัย ในการออกแบบป้ายที่ติดตั้งในจุดนี้ โดยมากจะเป็นการสร้างบรรยากาศควบคู่ไปกับการ ประชาสัมพันธ์และเชิญชวนในการเข้าร่วมกิจกรรมและการเตรียมพร้อมในการเป็นเจ้าภาพที่ดี ร่วมกันทั้งบุคลากรและนักศึกษา

๔.๒ จุดติดตั้งป้ายของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา มีทั้งหมด ๖ พื้นที่ 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) จุดติดตั้งป้ายไวเนล ขนาด ๔ x ๘ เมตร
- ๒) จุดติดตั้งป้ายไวเนล ขนาด ๒.๔ x ๔.๘ เมตร



จุดติดตั้งป้ายไวเนล ขนาด ๔ x ๘ เมตร



จุดติดตั้งป้ายไวเนล ขนาด ๒.๔ x ๔.๘ เมตร

ภาพประกอบที่ ๘๔ ภาพจุดติดตั้งป้ายไวเนลพื้นที่ พิษณุโลก

๔.๒.๔ พื้นที่ น่าน (เป็นจุดติดตั้งป้ายใหญ่แต่สามารถแบ่งเป็น ๒ บ้าย)

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



จุดติดตั้งป้ายไวเนล ขนาด ๔ x ๘ เมตร (๒ ป้าย)
ภาพประกอบที่ ๘๕ ภาพจุดติดตั้งป้ายไวเนลพื้นที่ น่าน

๔.๒.๕ พื้นที่ ตาก

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



จุดติดตั้งป้ายไวเนล ขนาด ๓ x ๑๒ เมตร



จุดติดตั้งป้ายไวเนล ขนาด ๒.๗ x ๑๐ เมตร

ภาพประกอบที่ ๘๖ ภาพจุดติดตั้งป้ายไวเนลพื้นที่ ตาก

๔.๒.๕ พื้นที่ เชียงใหม่

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



ภาพประกอบที่ ๘๗ ภาพจุดติดตั้งป้ายไวณลิบริเวณด้านหน้า มทร.ลำนานา

๒) จุดติดตั้งป้ายไวณลิบริเวณทางเดินเข้าด้านหน้า มทร.ลำนานา

ขนาด ๑๔.๑๕ x ๒.๕๕ เมตร



ภาพประกอบที่ ๘๘ ภาพจุดติดตั้งป้ายไวณลิบริเวณทางเดินเข้าด้านหน้า มทร.ลำนานา

๓) จุดติดตั้งป้ายไวณลิบริเวณด้านข้างอาคารสำนักงานอธิการบดี

ขนาด ๑๐ x ๒.๕ เมตร



ภาพประกอบที่ ๘๘ ภาพจุดติดตั้งป้ายไว้นิลบริเวณด้านข้างอาคารสำนักงานอธิการบดี

๘) จุดติดตั้งป้ายไว้นิลบริเวณทางเข้าประตูสาขาสถาปัตยกรรม
ขนาด ๔.๗ x ๒.๔ เมตร



ภาพประกอบที่ ๙๐ ภาพจุดติดตั้งป้ายไว้นิลบริเวณเข้าประตูสาขาสถาปัตยกรรม

๕) จุดติดตั้งป้ายไว้นิลบริเวณประตูด้านข้างซอยพระนาง
ขนาด ๖.๕ x ๒.๕ เมตร



ภาพประกอบที่ ๙๑ ภาพจุดติดตั้งป้ายไว้นิลบริเวณประตูด้านข้างซอยพระนาง

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

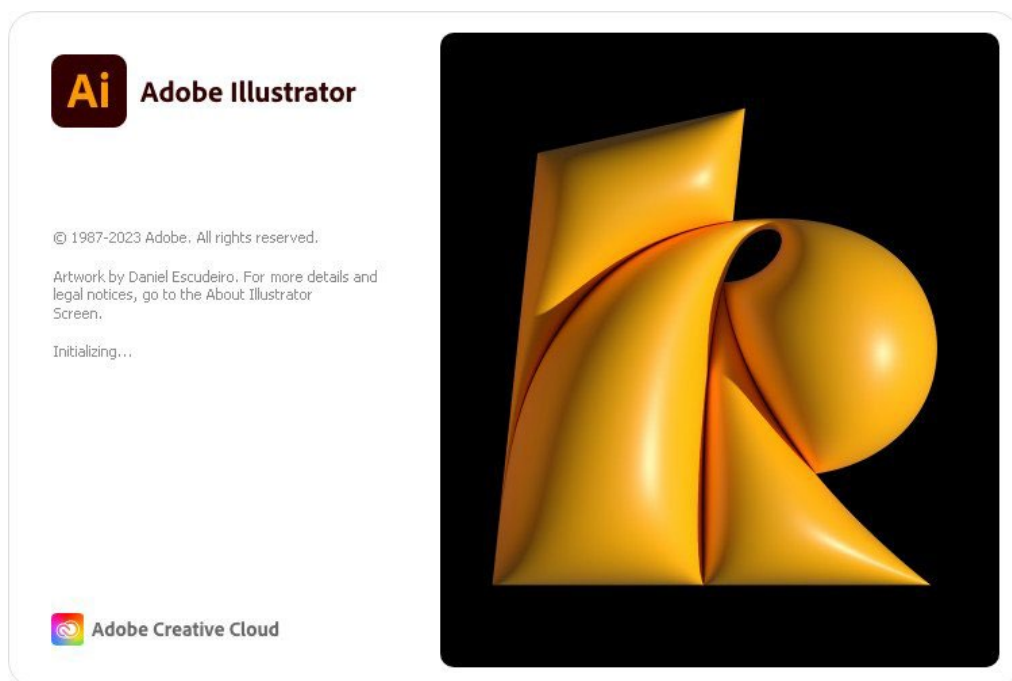
โปรแกรม Adobe Illustrator เป็นโปรแกรมกราฟิกที่นักออกแบบใช้เป็นเครื่องมือในการออกแบบสื่อต่าง ๆ ของตระกูล Adobe ที่เป็นมาตรฐานในการออกแบบระดับสากล สามารถสร้างสรรค์งาน โลโก้, สิ่งพิมพ์, บรรจุภัณฑ์ และยังออกแบบงานเพื่อใช้เป็นภาพประกอบในการทำงานอื่น ๆ เช่น การ์ตูน หรือ ภาพประกอบหนังสือ เป็นต้น “จุดเด่นที่สำคัญของโปรแกรมนี้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

การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นป้ายไว้นิลขนาดใหญ่ นั้น ไฟล์งานออกแบบที่ใช้สำหรับพิมพ์ ต้องเป็นไฟล์ที่มีคุณภาพคมชัดถึงแม้ว่าจะต้องพิมพ์ขนาดป้ายที่ใหญ่มากก็ตาม การเลือกใช้โปรแกรม Adobe Illustrator จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานได้งานออกแบบป้ายที่มีคุณภาพ ไม่ว่าจะย่อขนาดหรือขยายขนาดของงานป้ายก็ยังคงได้ไฟล์งานที่มีคุณภาพคมชัดเช่นเดิม เพราะเป็นไฟล์เวกเตอร์ (Vector) นั่นเอง สิ่งหนึ่งที่ต้องทำความเข้าใจก่อนเริ่มต้นใช้งาน Illustrator คือ ประเภทของภาพกราฟิกที่ถูกนำมาใช้ โดยสามารถแยกออกเป็น ๒ กลุ่มหลัก ได้แก่ ภาพกราฟิกแบบบิตแมพ (Bitmap) และภาพกราฟิกแบบเวกเตอร์ (Vector) ซึ่งมีความแตกต่างกันดังนี้

๑) ภาพชนิดบิตแมพ (Bitmap) (หรือจะเรียกว่าแบบ Raster ก็ได้) เป็นภาพเกิดขึ้นจากการรวมตัวกันของจุดเม็ดสีที่เรียกว่า "พิกเซล-Pixel" จำนวนมากมารวมกันจนเกิดกลายเป็นภาพ ภาพชนิดนี้จะถูกพิทขนาดและความคมชัดมาตั้งแต่เริ่มสร้าง เมื่อทำการย่อ หรือ

ขยายมาก ๆ หรือทั้งยืด-หดขนาด สลับกันบ่อย ๆ ก็จะทำให้ภาพเกิดความผิดเพี้ยนไป เช่นทำให้เบลอ ภาพไม่คมชัดเหมือนต้นฉบับ (ภาพก่อนทำการแก้ไข) จุดสีเพี้ยน เป็นต้น เมื่อซูมภาพเข้าไปมาก ๆ ก็จะเห็นจุดเม็ดสีชัดเจนน และภาพก็จะเบลอมาก ๆ ภาพชนิดนี้ถูกสร้างขึ้นได้จากหลายโปรแกรม เช่น Adobe Photoshop, ๓D Max, Maya และโปรแกรมตระกูล Painting ทั้งหลาย และมีหลายสกุลด้วยกัน เช่น .BMP .PCX .TIF .JPG .GIF .MSP .PNG .PCT เป็นต้น

๒) ภาพชนิดเวกเตอร์ (Vector) เป็นภาพที่เกิดขึ้นจากการวาดเส้นพาส (Path) ให้เป็นเส้นต่าง ๆ อีสระจนกลายเป็นภาพ และถูกโปรแกรมเก็บรักษาไว้ให้อยู่ในสภาพเป็นค่าตัวเลข ซึ่งจะมีการคำนวณเพิ่มเติมทุกครั้งเมื่อมีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงภาพ ด้วยความเป็นภาพที่ถูกเก็บรักษาไว้ในรูปแบบค่าตัวเลข จึงทำให้ภาพประเภทเวกเตอร์เป็นภาพที่มีความคมชัดสูง ไม่ว่าจะย่อ – ขยายก็ครั้งภาพก็คงความคมชัดเหมือนเดิมไม่มีวันเปลี่ยนแปลง เมื่อซูมภาพเข้าไปมาก ๆ ความคมชัดของภาพไม่เปลี่ยนแปลง เนื่องจากเป็นภาพที่เกิดขึ้นโดยการร่างเส้นพาส ภาพชนิดนี้จึงถูกสร้างขึ้นจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์เป็นหลัก เช่น จากโปรแกรม Adobe Illustrator, CorelDraw โดยจะมีสกุลภาพเป็น .AI, .DRW, .CDR, .EPS หรือ .PS ก็ได้ นอกจากนี้ก็เป็นสกุลภาพ .WMF (เป็นภาพคลิปอาร์ตในโปรแกรม Microsoft Word) และภาพสกุล .DWG ที่มีอยู่โปรแกรมการออกแบบ AutoCAD เป็นต้น ภาพชนิดเวกเตอร์เหมาะสำหรับนำไปใช้กับงานที่ต้องการภาพขนาดใหญ่ หรือภาพที่ต้องถูกนำกลับมาย่อ/ขยายซ้ำ ๆ บ่อย ๆ หรือความต้องการความคมชัดของภาพ (เริ่มต้นใช้โปรแกรม Adobe Illustrator, สืบค้นจาก http://www.๑๖๘training.com /elearning_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 เองก็เข้ามามีบทบาทสำคัญในสื่อประเภทใหม่

อย่างเว็บไซต์ การออกแบบ UI หรือ Interactive Media ด้วยเช่นกัน เริ่มตั้งแต่การสร้างไอคอน ไปจนถึงการออกแบบหน้าบ้านของเว็บไซต์ และที่สำคัญคือการภาพประกอบเว็บต่าง ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างให้ผลงาน

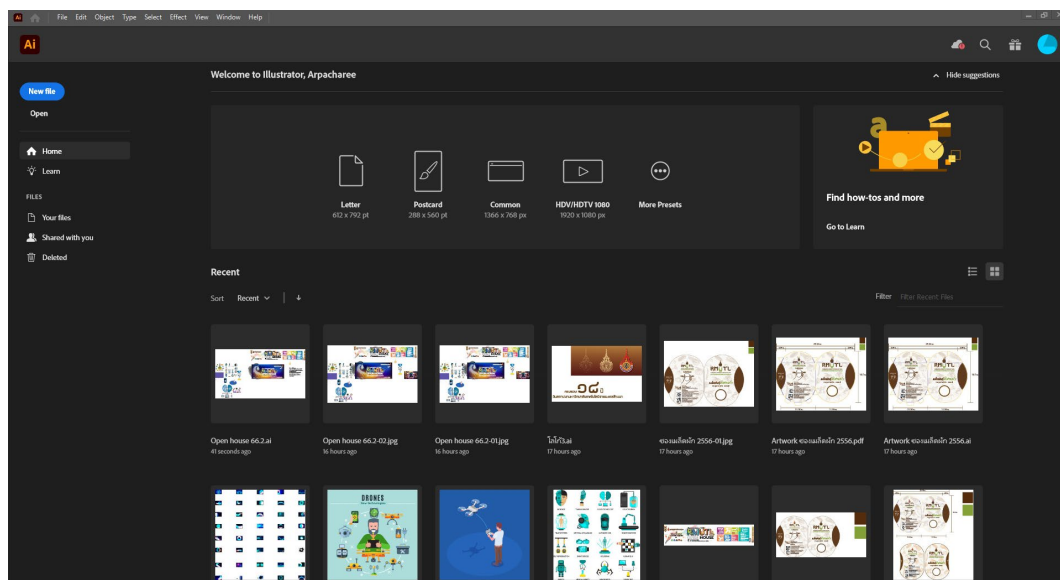
๕.๑.๒. การออกแบบภาพเคลื่อนไหว หรือ Motion Graphics / Animation นอกจากนี้ Adobe Illustrator ยังเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการสร้างองค์ประกอบกราฟิก หรือคาแรคเตอร์ต่าง ๆ เพื่อนำไปสร้างการเคลื่อนไหวในโปรแกรมอื่น ๆ เช่น Adobe After Effects

๕.๑.๓. งานออกแบบกราฟิก หรือ Graphic Design Adobe Illustrator แอปจะเป็นหัวใจของการทำ Branding ในโลกยุคดิจิทัลที่งานออกแบบจะต้องถูกนำไปประยุกต์ใช้อย่างหลากหลาย ทั้งเรื่องของขนาด และรูปแบบของสื่อ เริ่มตั้งแต่โลโก้ขนาดเล็ก ๆ บนสื่อออนไลน์ งานสื่อสิ่งพิมพ์ไปจนถึงระบบป้ายหรือสัญลักษณ์ที่มีขนาดใหญ่

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

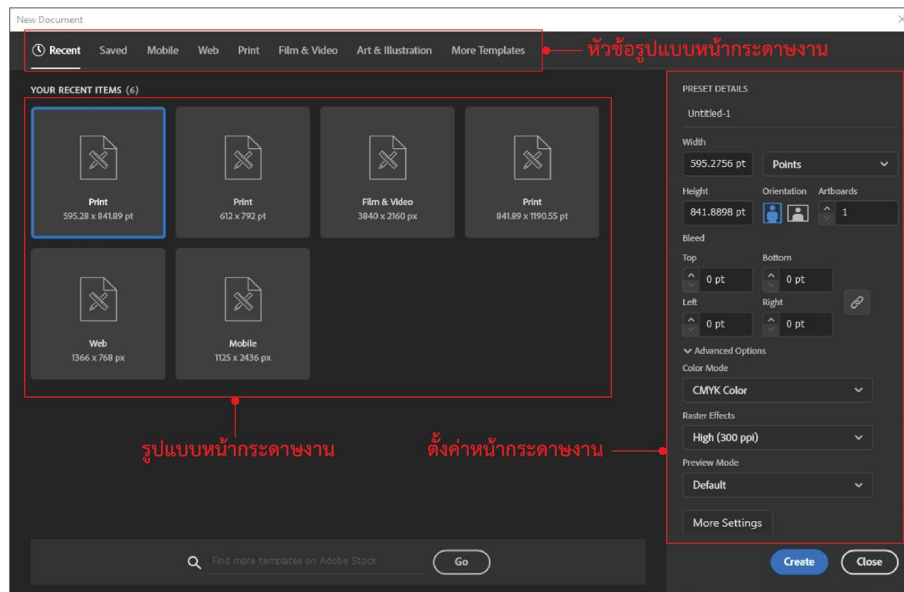
๕.๒ ส่วนประกอบของโปรแกรม Adobe Illustrator

เมื่อผู้ปฏิบัติการเปิดโปรแกรม Adobe Illustrator เข้ามาแล้วในหน้าแรก (Home) ของโปรแกรมจะมีชุดคำสั่งต่าง ๆ ที่จะให้บริการแก่ผู้ปฏิบัติงานได้เลือกใช้ก่อนเริ่มงานออกแบบทุกอย่าง ผู้ปฏิบัติงานต้องเลือกตั้งค่าหน้ากระดาษที่เป็นพื้นที่ทำงาน (Artboard) ในโปรแกรมก่อนถึงจะมีการเข้าสู่หน้าที่เป็นพื้นที่ทำงานจริงดังตัวอย่างภาพประกอบที่ ๙๔



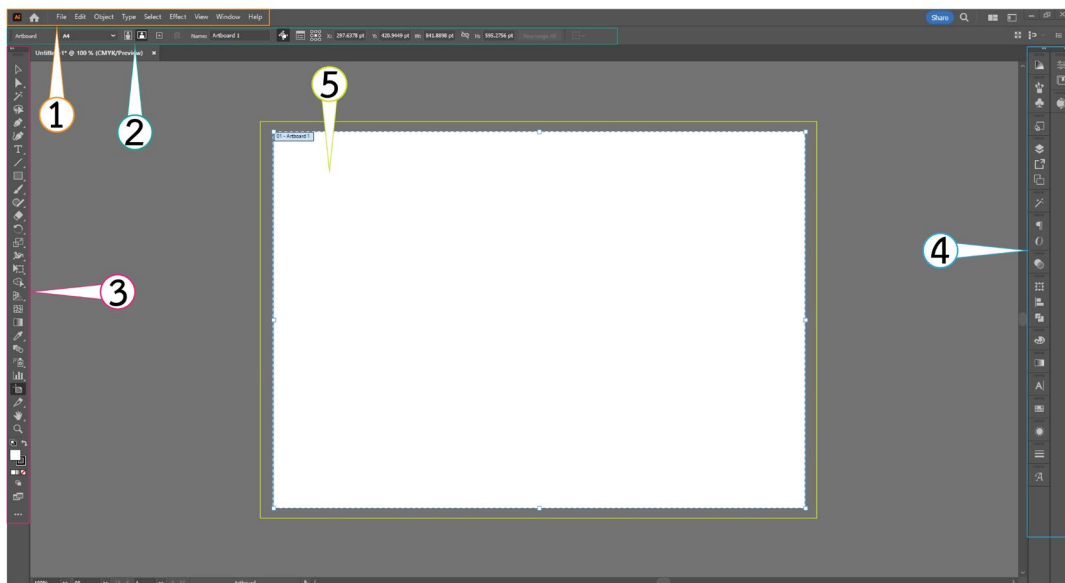
ภาพประกอบที่ ๙๔ ภาพตัวอย่างส่วนประกอบหน้าต่างโปรแกรม Adobe Illustrator ในหน้าแรก

หากผู้ปฏิบัติงานต้องการเปิดไฟล์งานเดิมที่เคยทำไปแล้ว ในหน้าต่างนี้จะขึ้นไฟล์งานต่าง ๆ ที่เคยได้ทำไว้แล้ว ผู้ปฏิบัติงานสามารถคลิกเปิดไฟล์ที่กำลังแสดงได้ทันที แต่หากต้องการออกแบบงานใหม่ก็สามารถคลิกที่ New File เพื่อสร้างพื้นที่งานใหม่โดยเมื่อคลิกแล้วจะเข้ามายังหน้าตั้งค่าหน้ากระดาษงาน (Artboard) ดังตัวอย่างภาพประกอบที่ ๙๕ เมื่อมีการเลือกตั้งค่าหน้ากระดาษงานเรียบร้อยแล้วจึงจะเข้าสู่หน้าต่างแผ่นสร้างงาน



ภาพประกอบที่ ๙๕ ภาพตัวอย่างหน้าต่างการตั้งค่าหน้ากระดาษงานใหม่ใน Adobe Illustrator

สำหรับหน้าต่างโปรแกรม Adobe Illustrator ที่เป็นพื้นที่สำหรับออกแบบงาน จะประกอบไปด้วยแถบเมนูคำสั่ง (Menu Bar) พาเนล (Panel) และกล่องเครื่องมือ (Tool box) ที่วางอยู่บนพื้นที่ว่างซึ่งเปรียบเสมือนกับโต๊ะทำงาน ดังนั้นจึงสามารถเคลื่อนย้ายตำแหน่งพาเนล และเครื่องมือไปยังจุดที่ต้องการได้ ซึ่งส่วนประกอบสำคัญของหน้าต่างโปรแกรมที่ผู้ปฏิบัติงานควรทราบเบื้องต้นมีดังนี้

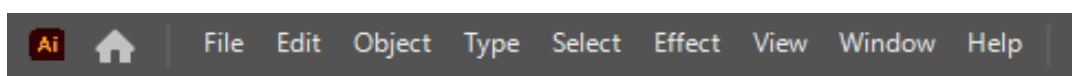


ภาพประกอบที่ ๙๖ ภาพตัวอย่างหน้าต่างการตั้งค่าหน้ากระดาษงานใหม่ใน Adobe Illustrator

- 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



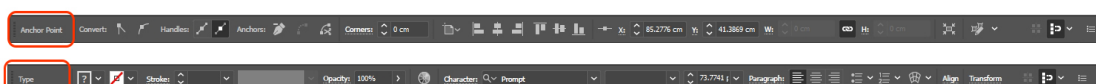
ภาพประกอบที่ ๙๗ ภาพแถบเมนูคำสั่ง (Menu Bar)

แถบเมนูคำสั่งประกอบไปด้วยเครื่องมือทั้งหมด ๙ เมนูคำสั่ง โดยแสดงชื่อเมนูคำสั่งและรูปแบบการทำงานต่าง ๆ

๑. **File** – ใช้สำหรับจัดการไฟล์ เช่น การ บันทึกงาน, เปิด-ปิดไฟล์, การ Export หรือใช้สำหรับปิดโปรแกรม
๒. **Edit** – หมวดที่รวบรวมคำสั่งหรือการตั้งค่าบางอย่างไว้ เช่น การตั้งค่า Shortcut, Copy& Paste, ตัวอักษร
๓. **Object** – เป็นหมวดที่รวบรวมคำสั่งสำหรับการทำงานของ Object, สิ่งของบน ชิ้นงานที่ผู้ปฏิบัติงานสร้างขึ้น
๔. **Type** – หมวดที่ใช้ทำงานกับ Font หรือตัวหนังสือ
๕. **Select** – เป็นหมวดที่ทำงานกับ “การเลือก” ตัวอย่างเช่น เครื่องมือการเลือก หรือเครื่องมือ Select key ต่าง ๆ
๖. **Effect** – หมวดหมู่ที่รวบรวม Effect ต่าง ๆ สำหรับการใช้งานทุกรูปแบบเอาไว้
๗. **View** – หมวดหมู่ที่รวมเครื่องมือที่ใช้สำหรับมุมมองการทำงานของผู้ปฏิบัติงาน เช่น การวัดระยะ หรือการใช้ไม้บรรทัด เป็นต้น
๘. **Window** – คำสั่งในหมวด Window จะเป็นคำสั่งจำพวกการเปิด-ปิด หรือตั้งค่า Artwork (template)
๙. **Help** – เมนูช่วยเหลือ เป็นส่วนที่รวบรวมคำแนะนำและช่วยเหลือผู้ใช้งานในด้านต่าง ๆ

๕.๒.๒ แถบแท่นควบคุม (Control Dock Bar)

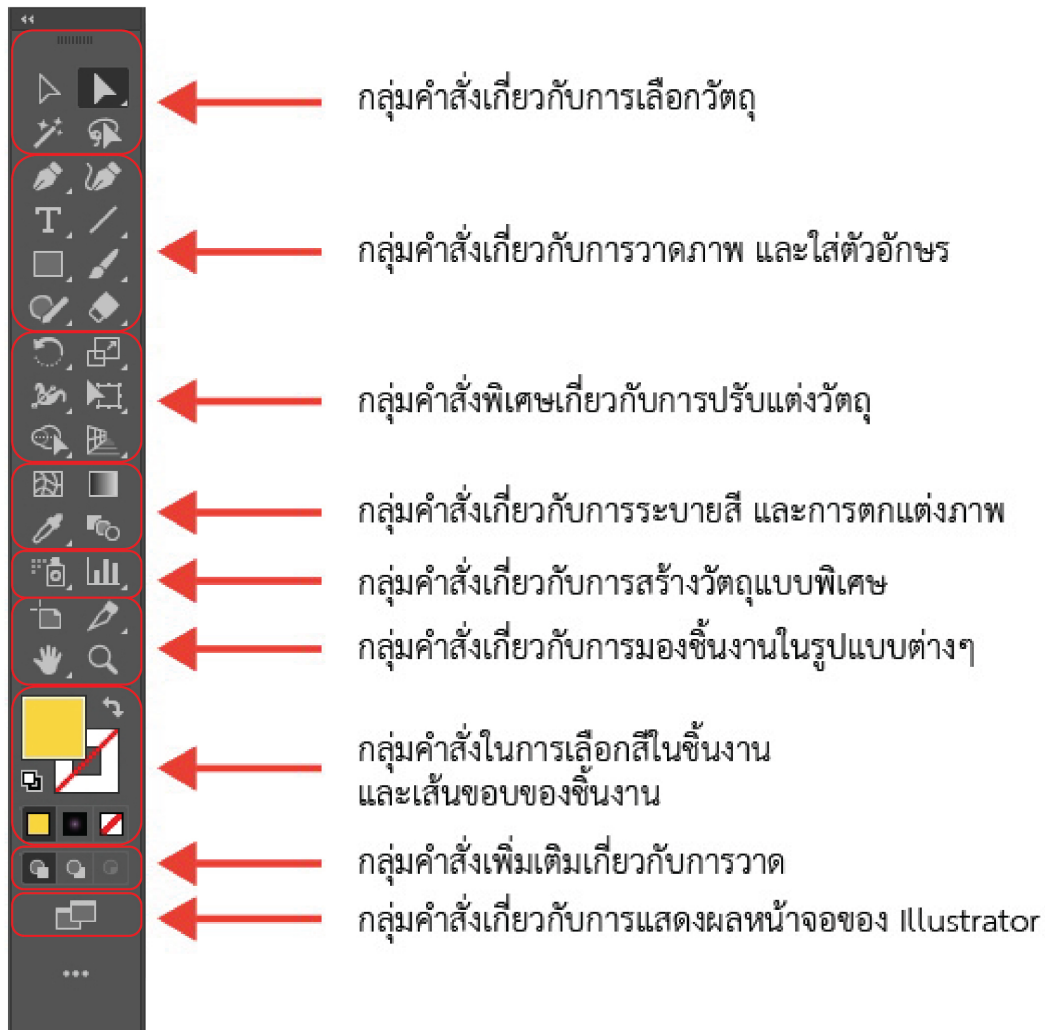
เป็นส่วนที่ใช้ในการปรับแต่งค่าการทำงานของเครื่องมือต่าง ๆ การกำหนดค่าในแถบตัวเลือกจะเปลี่ยนไปตามเครื่องมือที่ใช้งานอยู่ ผู้ปฏิบัติงานสามารถปรับแต่งค่าเครื่องมือต่าง ๆ ที่ช่องทางนี้ได้หรือสามารถปรับแต่งที่แผงควบคุมการทำงาน Control Panel ได้เช่นกัน แถบตัวเลือกเครื่องมือนี้จะเปลี่ยนแปลงตามเครื่องมือหรือวัตถุที่ผู้ปฏิบัติงานเลือก (Select) อัตโนมัติ โดยชื่อวัตถุที่เลือกจะปรากฏที่หัวแถบตัวเลือกตามตัวอย่างด้านล่าง



ภาพประกอบที่ ๙๘ ภาพแถบตัวเลือก (Control Dock)

๕.๒.๓ กล่องเครื่องมือ (Tool box)

เป็นส่วนที่ใช้เก็บเครื่องมือพื้นฐานในการทำงานของโปรแกรม แถบเครื่องมือ
 ในส่วนนี้จัดว่าเป็นหัวใจหลักของการออกแบบที่ผู้ปฏิบัติงานจำเป็นต้องทราบว่าแต่ละเครื่องมือ
 ใช้งานอย่างไรบ้าง โดยแถบเครื่องมือจะเป็นส่วนที่ต้องได้ใช้งานบ่อยที่สุด เพราะจะรวมเครื่องมือ
 ทั้งหมดสำหรับที่ต้องใช้สำหรับการออกแบบในโปรแกรม Adobe Illustrator เป็นชุดเครื่องมือที่ใช้
 ในการสร้างส่วนประกอบต่าง ๆ ของชิ้นงานลงบน Artboards เช่น การวาดรูปทรง วาดเส้น
 ข้อความการกำหนดสีให้วัตถุเป็นต้น ซึ่งในชุดเครื่องมือจะแบ่งกลุ่มเครื่องมือตามลักษณะการใช้งาน
 สามารถเรียกใช้ชุดเครื่องมือย่อยที่มีคุณสมบัติการทำงานที่คล้ายกันได้โดยการคลิกรูปสามเหลี่ยมที่
 มุมด้านล่างขวาของแต่ละเครื่องมือ 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 parth อย่างแม่นยำ โดยการใช้แขนจุดจับ (Handle) มีผลทำให้ object มีจุดน้อย-น้อยมาก ส่วนเครื่องมือย่อยจะเอาไว้ใช้ปรับแต่ง curved ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มจุดลบจุด หักแขนจุดจับของแกนเส้นสัมผัส (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 เหลี่ยม ๔ เหลี่ยม และวงกลม shape รูปดาว (กดคีย์ M)



Paintbrush tool แปรงที่เอาไว้สร้างเส้น parth โดยการ drag เมาส์ลากอย่างอิสระสามารถใช้ brush แบบพิเศษ (กดคีย์ B)



Pencil tool จะคล้าย ๆ paintbrush tool แต่จะมีเครื่องมือย่อยให้เรียก ใช้ในการแก้ไขเส้น ซึ่งจะช่วยให้การปรับแต่งแก้ไข และทำให้งานดูดี + เร็วขึ้น (กดคีย์ กดคีย์ Shift+N)



Eraser tool เป็นเครื่องมือลบทั่วไป 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 เป็นเครื่องมือให้สีได้หลายสีในพื้นที่เดียวกันที่ทำให้สีสมูทสวยงาม (แต่ควบคุมยากเล็กน้อย) โดยการสร้าง point และมีแกนในการควบคุม (กดคีย์ U)


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

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


 Blend tool เป็นเครื่องมือการเชื่อมวัตถุอีกชิ้นไปยังวัตถุอีกชิ้น โดยจะสามารถเชื่อมหรือทำวัตถุนั้นซ้ำ ๆ จนถึงวัตถุอีกชิ้นหนึ่งที่เชื่อมไว้ได้ (กดคีย์ W)

Special tool กลุ่มคำสั่งเกี่ยวกับการสร้างวัตถุแบบพิเศษ


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


 Graph tool ใช้สร้าง graph ในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งง่ายต่อการเข้าใจ และจะไม่ขอกกล่าวถึงเช่นกัน (กดคีย์ J)

View tool กลุ่มคำสั่งเกี่ยวกับการมองเห็นงานในรูปแบบต่าง ๆ


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


 Slice tool ใช้เกี่ยวกับการตัดแบ่งภาพออกเป็นส่วน ๆ 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 แรกแล้วสามารถกำหนดได้ว่า Object ที่กำลังจะสร้างต่อไปนี้จะแสดงอยู่ในส่วนใดของ Object แรก ถ้าต้องการให้แสดงบางส่วนอยู่ด้านหลัง หรือที่เรียกว่า Over Wrap กับ Object แรก ก็ให้คลิกเลือก Draw-mode ลำดับที่สอง (กดคีย์ Shift+D to switch modes), Draw inside ก่อนที่จะทำการวาด

ในโหมดนี้ จะต้องคลิกเลือก Object ที่ต้องการให้ Object ที่จะสร้างขึ้นอยู่ภายใน Object นั้นก่อน จากนั้นก็เลือกเครื่องมือนี้จะมีกรอบแสดงขึ้นมาล้อมรอบที่ Object ที่ได้เลือกไว้ และทำการวาดภายใน Object ที่ได้คลิกเลือก การทำเช่นนี้จะเหมือนกับการ Group Object ดังนั้นถ้าต้องการแก้ไข หรือแก้ไขแต่ละส่วน จะต้องทำดับเบิลคลิกที่ Object เพื่อสร้าง Isolate Mode แล้วคลิกเลือกแต่ละ Object ที่ต้องการแก้ไข หรือจะใช้วิธีกดปุ่ม Ctrl แล้วคลิก Object ส่วนที่ต้องการการแก้ไขได้ (กดคีย์ Shift+D to switch modes)

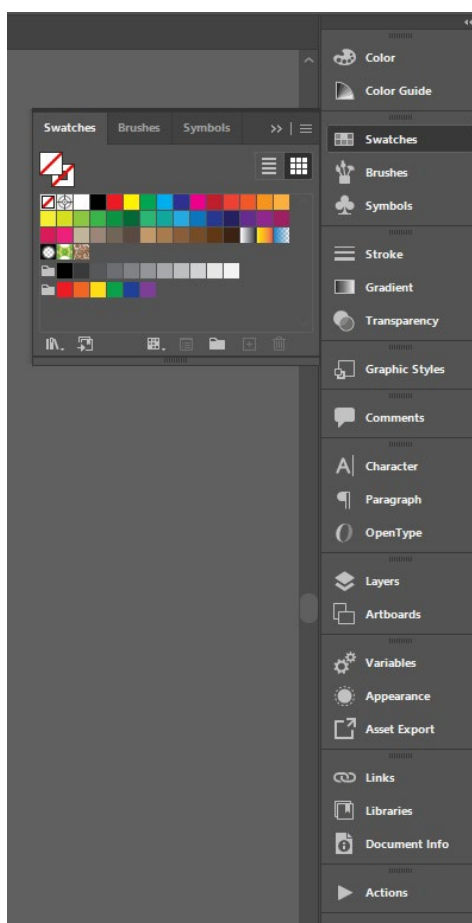
Screen mode กลุ่มคำสั่งเกี่ยวกับการแสดงผลหน้าจอของ Illustrator

 **Change screen mode** เป็นการตั้งค่าหน้าจอการทำงาน ว่าต้องการให้เห็นหน้าจอแบบไหน แบบปกติเห็นเครื่องมือทุกอย่าง หรือแบบ เต็มจอโดยเห็นเมนูบาร์แต่ไม่เห็นแถบปุ่มปิดโปรแกรม หรือจะให้เห็นแค่หน้าจอการทำงานอย่างเดียวโดยไม่เห็นเครื่องมืออะไรเลย (กดคีย์ F)

 **Edit toolbar...** กล่องเพิ่มเติมหรือลดเครื่องมือในการใช้งาน

๕.๒.๔ แผงควบคุมการทำงาน (Control Panel)

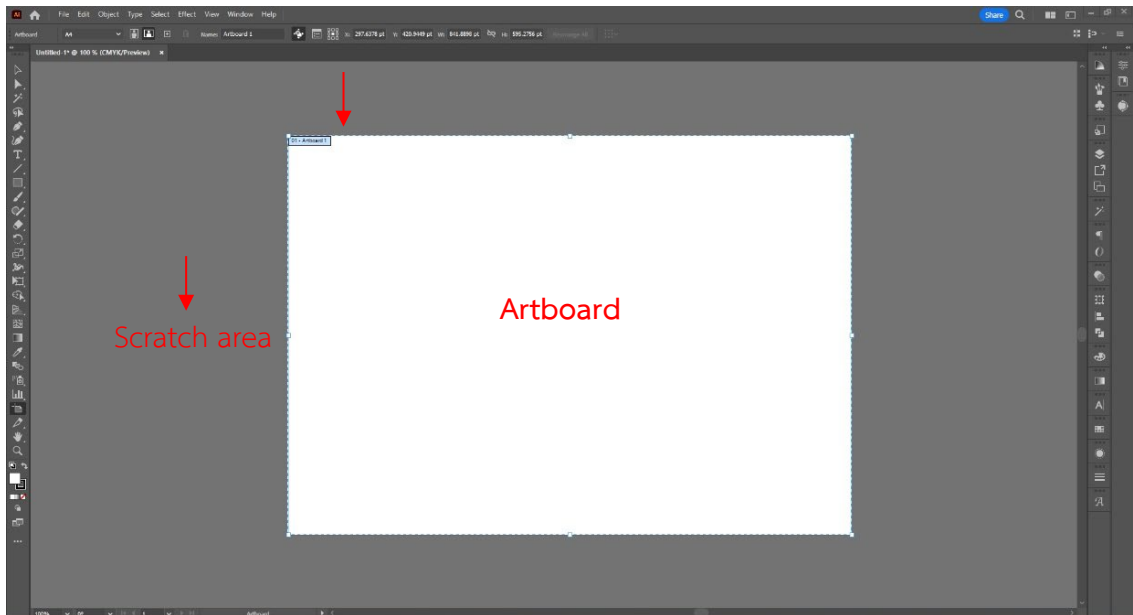
เป็นชุดคำสั่งทางด้านขวามือจะมีชุดคำสั่งต่าง ๆ (Panel) ที่เป็นเหมือนแผงควบคุมของเครื่องมือบางส่วนไว้ให้จัดการได้ง่ายในขณะออกแบบงานกราฟิก เช่น การจัดการตัวอักษรทั้งขนาด รูปแบบ สี, การจัดการสีของวัตถุ, การจัดการ Layer เป็นต้น ซึ่งผู้ปฏิบัติงานสามารถตั้งค่าหรือเลือกเครื่องมือที่มาแสดงได้ หากในโปรแกรมไม่มีแผงควบคุมบางหัวข้อปรากฏ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



ภาพประกอบที่ ๑๐๐ ภาพแผงควบคุมการทำงาน (Control Panel)

๕.๒.๕ พื้นที่ทำงาน (Artboard)

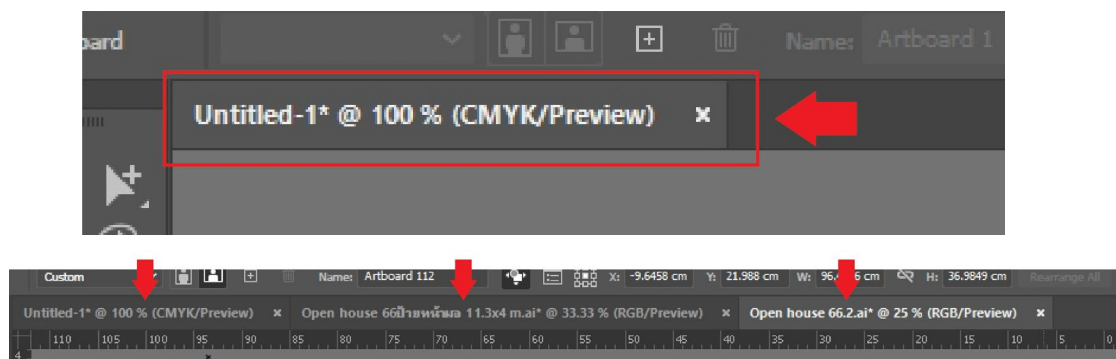
เป็นบริเวณที่ใช้วางวัตถุต่าง ๆ เพื่อสร้างสรรค์ชิ้นงานออกแบบในพื้นที่นี้ ในพื้นที่ทำงานหรือ Artboard ผู้ปฏิบัติงานสามารถตั้งค่านำกระดาษได้ตั้งแต่เริ่มโปรแกรมหรือจะเข้ามาตั้งค่าที่แผงควบคุมในภายหลังได้ตามต้องการ ส่วนพื้นที่นอกเหนือจากนั้น (Scratch area) เป็นบริเวณที่วางวัตถุอื่น ๆ ที่ยังไม่ได้ใช้งานแต่อาจมีการใช้งานภายหลัง และยังไม่ต้องการให้แสดงในชิ้นงาน ใช้เพื่อพักวัตถุหรือเผื่อไว้ใช้ในภายหลัง



ภาพประกอบที่ ๑๐๑ ภาพพื้นที่ทำงาน (Artboard)

๕.๒.๖ แถบชื่อเรื่อง (Title Bar)

เป็นส่วนที่แสดงชื่อไฟล์งาน (Artwork) ที่เปิดใช้งานอยู่ สำหรับโปรแกรม Adobe Illustrator แถบชื่อเรื่องจะเรียงกันเป็นแท็บ (Tab) สำหรับไฟล์งานต้นฉบับที่ได้มีการออกแบบไว้แล้วนั้นกอกแบบจะเรียกว่า “อาร์ตเวิร์ค (Artwork)” และอาร์ตเวิร์คที่ได้สร้างไว้แล้วจะมีชื่อเรียกตามที่คุณปฏิบัติงานได้ตั้งชื่อไว้ในครั้งแรกที่สร้างงาน



ภาพประกอบที่ ๑๐๒ ภาพแถบชื่อเรื่อง (Title Bar)

ปัญหา : ที่อาจเกิดขึ้นเกี่ยวกับโปรแกรม Adobe Illustrator

๑. ผู้ปฏิบัติงานอาจสงสัยในเมนูคำสั่งของโปรแกรม Adobe Illustrator ที่มีไม่เหมือนกัน และคำสั่งมีไม่เท่ากันในทุก ๆ เวอร์ชัน
๒. การหาเครื่องมือที่ต้องการใช้ไม่พบเพราะรูปแบบของเครื่องมือเวอร์ชันที่ใหม่กว่า สัญลักษณ์ไม่เหมือนเวอร์ชันเดิมในการใช้งานโปรแกรม Adobe Illustrator

แนวทางการแก้ปัญหา :

๑. ถึงแม้ว่าหน้าต่างของเมนูคำสั่งของโปรแกรมอาจจะไม่เหมือนเดิม แต่ก็ยังมีลักษณะการใช้งานและความสามารถที่คล้ายคลึงกันในทุกเวอร์ชัน
๒. ในโปรแกรม Adobe Illustrator เวอร์ชันใหม่มีการสร้างคำสั่งเมื่อนำเมาส์ไปชี้ที่เครื่องมือใดแล้วจะปรากฏช่องหน้าต่างภาพมัลติมีเดียสอนการใช้งานของเครื่องมือชิ้นนั้น และมีตัวเลือกการให้ข้อมูลความรู้เพิ่มเติมทางโซเชียลมีเดียสอนการใช้งานเครื่องมือชิ้นนั้นอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ :

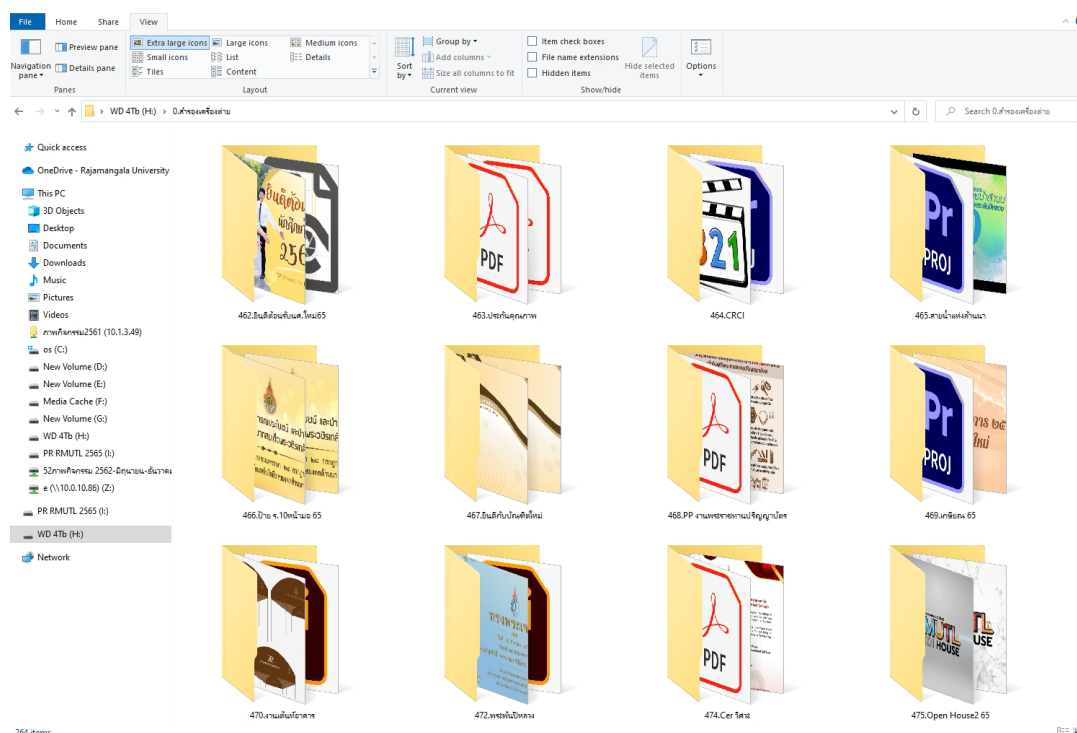
๑. โปรแกรม Adobe Illustrator มีการอัปเดตโปรแกรม เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้นเป็นประจำ เช่น ใช้เวลาน้อยลง ลดขั้นตอนในการปฏิบัติงานให้น้อยลง ผลลัพธ์ที่ได้มีคุณภาพและสมบูรณ์สวยงามแต่สร้างได้ง่ายมากกว่าเดิม ดังนั้นผู้ปฏิบัติงาน จะควรติดตามการพัฒนา และศึกษาความรู้เครื่องมือใหม่ ๆ จากเว็บไซต์ Adobe อยู่เสมอ
๒. ในการปฏิบัติคำสั่งต่าง ๆ เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้เป็นประจำผู้ปฏิบัติงานควรจดจำชื่อเครื่องมือและคีย์ลัดเอาไว้ เพื่อให้การปฏิบัติงานสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น เพราะสิ่งเหล่านี้จะเรียกว่า ทักษะและประสบการณ์

๖. ขั้นตอนการออกแบบป้ายไวเนลในโปรแกรม Adobe Illustrator

ในขั้นตอนการปฏิบัติงานของการออกแบบป้ายไวเนลด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator กลุ่มงานบริหารและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ กองประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ลานนา ผู้จัดทำคู่มือปฏิบัติงานหลัก ได้อธิบายองค์ความรู้ต่าง ๆ เกี่ยวกับการออกแบบและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทป้ายไวเนลจากความรู้และประสบการณ์ตรงของตนเอง เพื่อให้ความรู้แก่ผู้ที่มาปฏิบัติงานใหม่หรือผู้ที่สนใจปฏิบัติงานออกแบบจากหน่วยงานอื่น ให้มีความสามารถในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ของตนได้เป็นอย่างดีและมีประสิทธิภาพดังนี้

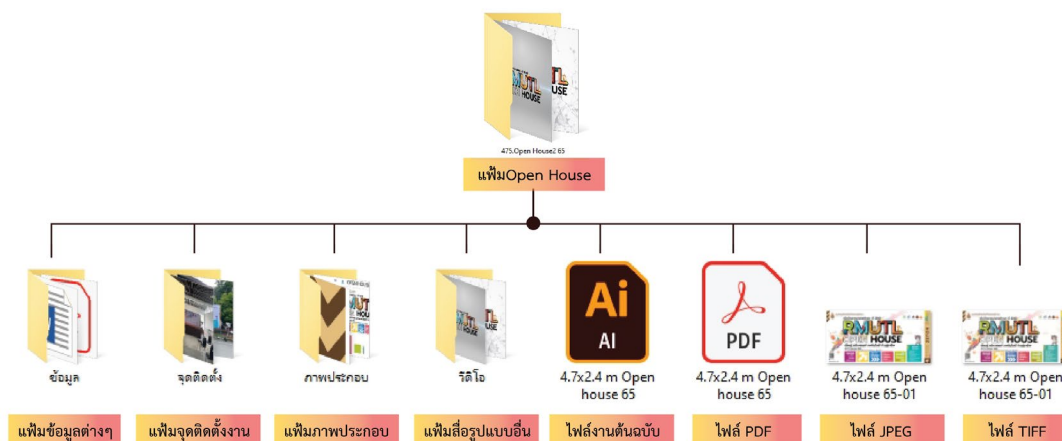
๖.๑. ขั้นตอนแรกของการปฏิบัติงาน

ผู้ปฏิบัติงานควรจัดตั้งแฟ้มงานหลัก (Folder) เพื่อใช้จัดเก็บไฟล์ให้เป็นหมวดหมู่ ไม่ว่าจะเป็นไฟล์ข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รับมาหรือไฟล์งานที่สร้างขึ้นในโปรแกรม Adobe Illustrator หรือภาพที่ได้ตกแต่งจากโปรแกรม Adobe Photoshop พร้อมทั้งตั้งชื่อแฟ้มงานให้เหมือนกับชื่อกิจกรรมหรือชื่องานที่ทำป้ายเพื่อให้ง่ายต่อการค้นหาและการทำงานในครั้งต่อไป



ภาพประกอบที่ ๑๐๓ ภาพการจัดตั้ง แฟ้มงาน (Folder) เพื่อใช้จัดเก็บไฟล์ข้อมูล

ในการสร้างแฟ้มงานหลักตามชื่อของงานนั้นจะทำให้ง่ายต่อการสืบค้นในภายหลังและในแฟ้มงานนั้นจะต้องประกอบด้วยข้อมูลทั้งหมดของงานนั้น ๆ ผู้ปฏิบัติงานไม่ควรใช้ไฟล์รูปภาพที่อยู่ในแฟ้มงานอื่นมาใช้ปฏิบัติงาน หากมีการย้ายแฟ้มงานจะทำให้เกิดปัญหาการหาไฟล์ลิงก์ภาพนั้นไม่พบ เพื่อให้ข้อมูลไม่กระจัดกระจาย สะดวกในการย้ายไฟล์และไฟล์ต้นฉบับไม่มีปัญหากับไฟล์รูปที่ลิงก์ไว้เมื่อเปิดคอมพิวเตอร์เครื่องอื่นปฏิบัติงาน ในการจัดเก็บไฟล์ที่ใช้ประกอบการออกแบบควรมีการจัดเก็บดังรูปตัวอย่าง



ภาพประกอบที่ ๑๐๔ ภาพตัวอย่างการจัดเก็บไฟล์งาน

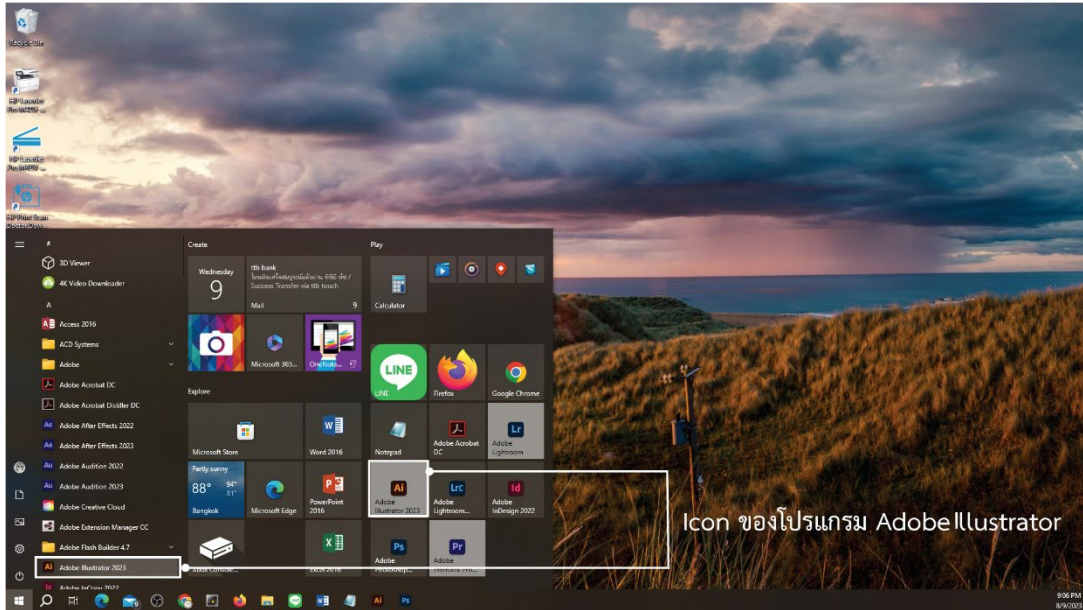
จากรูปแบบจะเห็นได้ว่าการเก็บไฟล์ที่เป็นรูปแบบนั้นจะช่วยทำให้ผู้ปฏิบัติงานทำงานได้สะดวกยิ่งขึ้น แต่ทั้งนี้ก็ไม่มีความจำเป็นที่ตายตัว สามารถสรุปให้สั้น ๆ ได้ว่าหากเป็นไฟล์อื่นที่เป็นส่วนประกอบไม่ใช่ไฟล์งานออกแบบ ผู้ปฏิบัติงานควรสร้างเพิ่มเก็บไฟล์เหล่านั้นไว้เฉพาะ เพื่อให้ไฟล์อยู่อย่างไม่เป็นระเบียบ แต่สำหรับไฟล์งานออกแบบที่เป็นไฟล์ต้นฉบับและไฟล์ที่ส่งออก (Export) เป็นไฟล์นามสกุลอื่น ๆ เช่น .PDF, .JPG, .TIFF, .PNG เป็นต้น ควร บันทึกงาน ไว้ภายนอกแต่ยังเก็บอยู่ในแฟ้มงานหลัก ให้อยู่พื้นที่ภายนอกไม่ต้องสร้างแฟ้มงานเก็บไฟล์เพื่อให้เห็นได้ง่ายเมื่อเปิดครั้งต่อไปและสะดวกในการใช้งาน

๖.๒ เริ่มต้นใช้โปรแกรม Adobe Illustrator (Ai)

ผู้ปฏิบัติงานต้องเริ่มต้นการใช้งานโปรแกรม Adobe Illustrator โดยการเปิดโปรแกรม จาก Icon ของโปรแกรม บนหน้าจอคอมพิวเตอร์ (Desktop) หรือเรียกจากรายการบนเมนู Start โปรแกรมก็จะเริ่มทำงาน โดยแสดงสัญลักษณ์ พร้อมกับแสดงส่วนประกอบต่าง ๆ 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>)

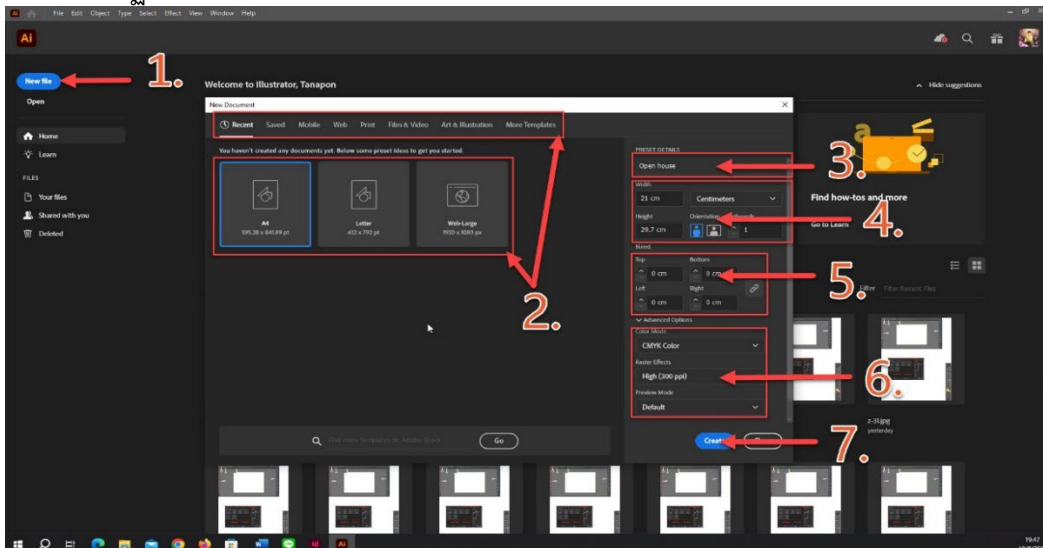


ภาพประกอบที่ ๑๐๖ ภาพตัวอย่างการเปิดโปรแกรมจาก Icon ของโปรแกรม Adobe Illustrator บนหน้าจอคอมพิวเตอร์

เมื่อผู้ปฏิบัติงานเตรียมไฟล์ข้อมูลและรูปภาพเป็นที่เรียบร้อยแล้ว สิ่งที่ต้องคำนึงถึงการใช้งานจริงว่าจะผลิตเป็นสื่ออะไรบ้าง มีขนาดหน้างานเท่าไร ก่อนที่จะลงมือเปิดโปรแกรมขึ้นมาทำการออกแบบ งานพิมพ์อิงค์เจตหรือไฟล์งานพิมพ์ขนาดใหญ่มักจะมีปัญหาเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ที่ประมวลผลช้าในขณะที่ออกแบบ จึงต้องย่อขนาดงานให้เล็กลงเพื่อการออกแบบงานที่เร็วยิ่งขึ้น โดยจะเลือกใช้มาตราส่วน ๑:๑๐ เพื่อให้ง่ายต่อการอ่านค่าของขนาดงานภายหลัง แต่สำหรับงานพิมพ์ขนาดเล็กควรออกแบบในขนาดเท่าจริงและหากเป็นงานพิมพ์ในระบบ Offset จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเพิ่มขนาดงานอีกข้างละ ๓ มม. ที่เรียกว่า “ตัดตก” เพื่อที่จะเผื่อไว้ตัดขอบทิ้งนั่นเอง ผู้ปฏิบัติงานจึงควรคำนึงถึงสิ่งเหล่านี้ก่อนเป็นอย่างแรก และเมื่อเปิดโปรแกรมขึ้นมาโดยคลิกที่รูป Ai Icon มีสัญลักษณ์เป็นรูปในลักษณะนี้ **Ai** แล้วจะมีหน้าต่างให้ผู้ปฏิบัติงานเลือกในการสร้างงานใหม่หรือเปิดไฟล์งานเดิมขึ้นมาดังภาพ

๖.๓ การตั้งค่าเอกสารใหม่ (New Document)

การตั้งค่าเอกสารใหม่เป็นขั้นตอนเริ่มต้นของการทำงานผู้ปฏิบัติงานต้องทราบเป็นที่แน่ชัดแล้วว่า จะปฏิบัติงานอะไรและมีขนาดเท่าไร จึงจะสามารถตั้งค่าในหน้าแรกนี้ได้

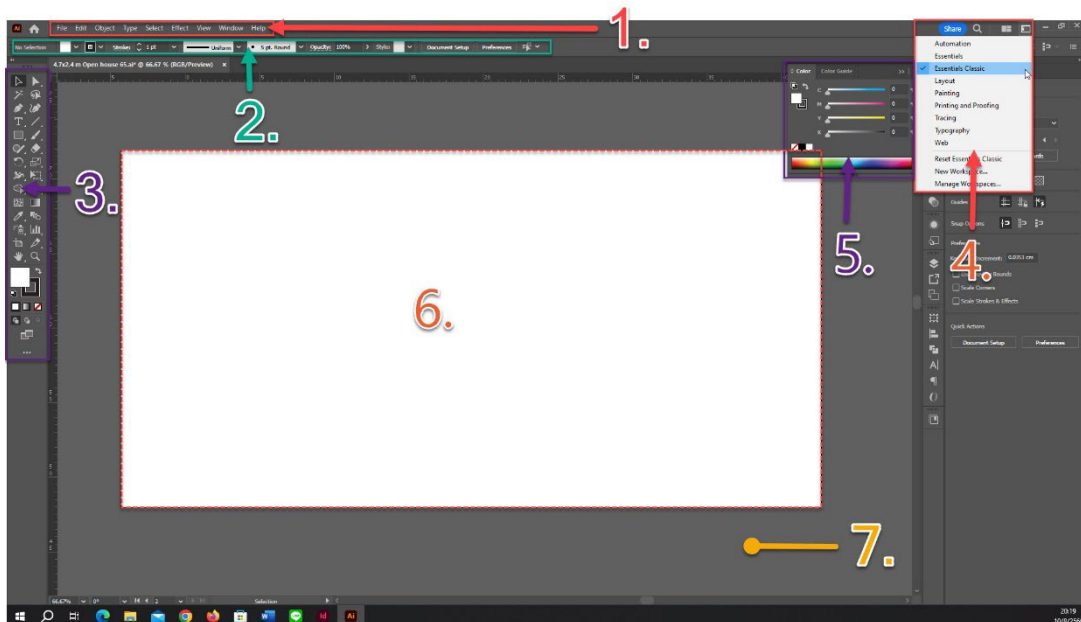


ภาพประกอบที่ ๑๐๗ ภาพตัวอย่างการตั้งค่าเอกสารงานใหม่

จากภาพประกอบที่ ๗๙ การตั้งค่าเอกสารใหม่มีลำดับขั้นตอนดังนี้

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

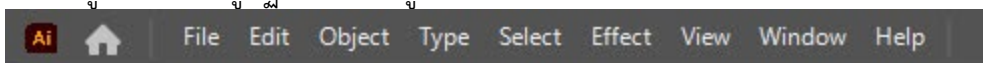
เมื่อคลิกที่ Create แล้วจะได้หน้าต่างสร้างงานดังภาพ



ภาพประกอบที่ ๑๐๘ ภาพตัวอย่างหน้าต่างพื้นที่การทำงานในโปรแกรม

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

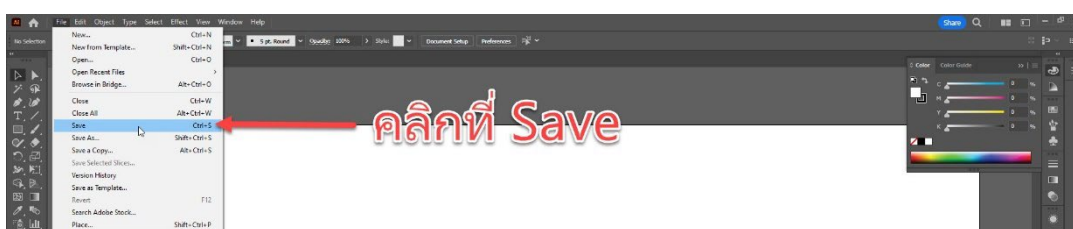
แถบเมนูคำสั่งหลักที่ผู้ปฏิบัติงานควรรู้เพราะต้องใช้ร่วมกับกล่องมือเพื่อสร้างงาน



ภาพประกอบที่ ๑๐๙ ภาพตัวอย่างการแถบเมนูคำสั่ง

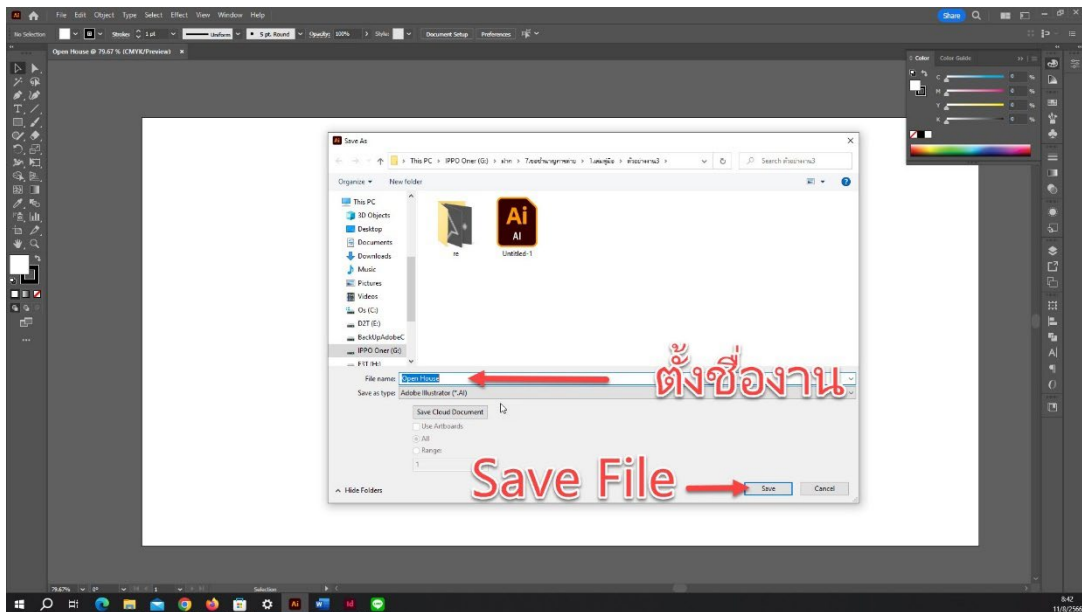
- File: เป็นหมวดของคำสั่งที่จัดการเกี่ยวกับไฟล์และโปรแกรมทั้งหมด เช่น การเปิด-ปิดไฟล์ การบันทึกไฟล์ การนำภาพเข้ามาใช้ (Place) ตลอดจนการออกแบบโปรแกรม (Exit)
- Edit: เป็นหมวดของคำสั่งที่จัดการแก้ไข เช่น Undo, Copy, Plus, Select รวมทั้งการกำหนดคุณภาพต่าง ๆ ที่มีผลต่อการปรับแต่งภาพด้วยเช่นการสร้างรูปแบบ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

เมื่อผู้ปฏิบัติงานเปิดงานมาในครั้งแรกให้ทำการบันทึก (Save) งานในแฟ้มที่สร้างไว้ก่อน เพื่อมิให้ลืมนบันทึกงานภายหลัง เพราะในขณะที่ผู้ปฏิบัติงานออกแบบงานมักจะมีสมาธิจดจ่ออยู่กับการทำงานจนลืมนบันทึกงานหรือบางครั้งคอมพิวเตอร์ที่ผู้ปฏิบัติงานทำงานอยู่ประมาทผลไม่ทันทำให้ตัวโปรแกรมบังคับปิดโปรแกรมโดยที่ไม่สามารถบันทึกงานได้ เป็นปัญหาที่พบบ่อยในหมู่ผู้ปฏิบัติงานออกแบบมือใหม่



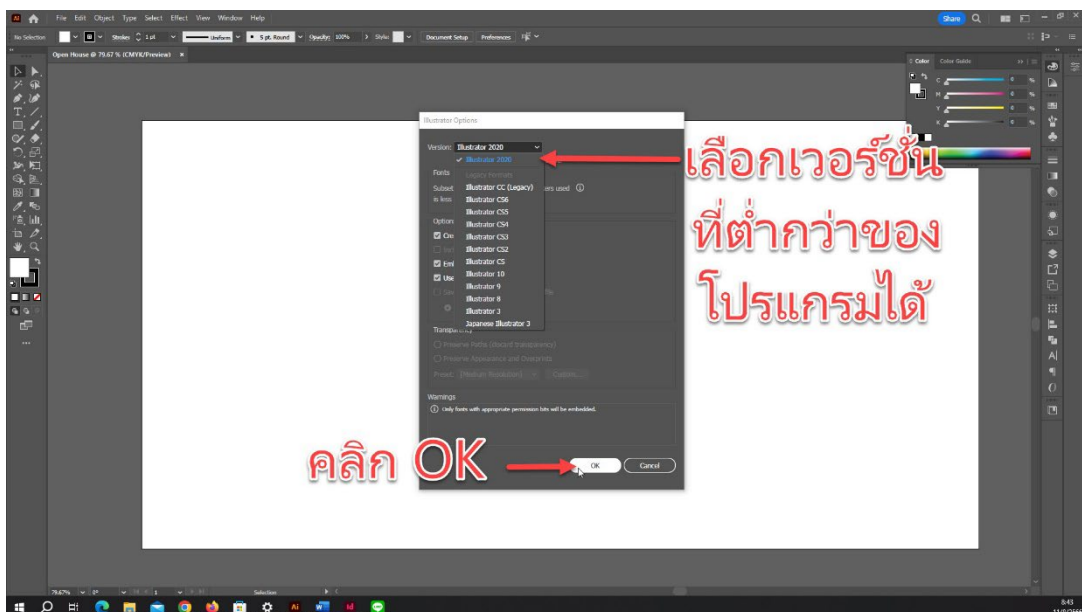
ภาพประกอบที่ ๑๑๐ ภาพตัวอย่างการบันทึกงาน (Save)

โดยมีขั้นตอนการบันทึกงาน คือ ไปที่ File เลือกเมาท์ไปคลิกที่ Save แล้วจะเกิดหน้าต่าง Save As ขึ้นมาและผู้ปฏิบัติงานก็สามารถคลิก Save ได้ทันที เพราะผู้ปฏิบัติงานได้ตั้งชื่องานเป็นที่เรียบร้อยแล้ว แต่ถ้าหากยังไม่ได้ตั้งชื่อไฟล์ขณะ Create New ผู้ปฏิบัติงานก็สามารถ ตั้งชื่องานในช่อง File Name ในหน้าต่างนี้ได้เช่นกัน ดังภาพตัวอย่าง



ภาพประกอบที่ ๑๑๑ ภาพตัวอย่างการตั้งชื่องานในช่อง File Name

ในการบันทึกงานเวอร์ชันที่ผู้ปฏิบัติงานควรเลือกคือเวอร์ชันปัจจุบัน แต่หากผู้ปฏิบัติงานต้องการที่จะบันทึกงานต้นฉบับไปทำที่คอมพิวเตอร์เครื่องอื่น แล้วคอมพิวเตอร์เครื่องนั้นมีโปรแกรมที่เวอร์ชันต่ำกว่าผู้ปฏิบัติงานจึงควรเลือกบันทึกงานในเวอร์ชันที่ต่ำกว่าตามเวอร์ชันที่มีในเครื่องนั้น ๆ

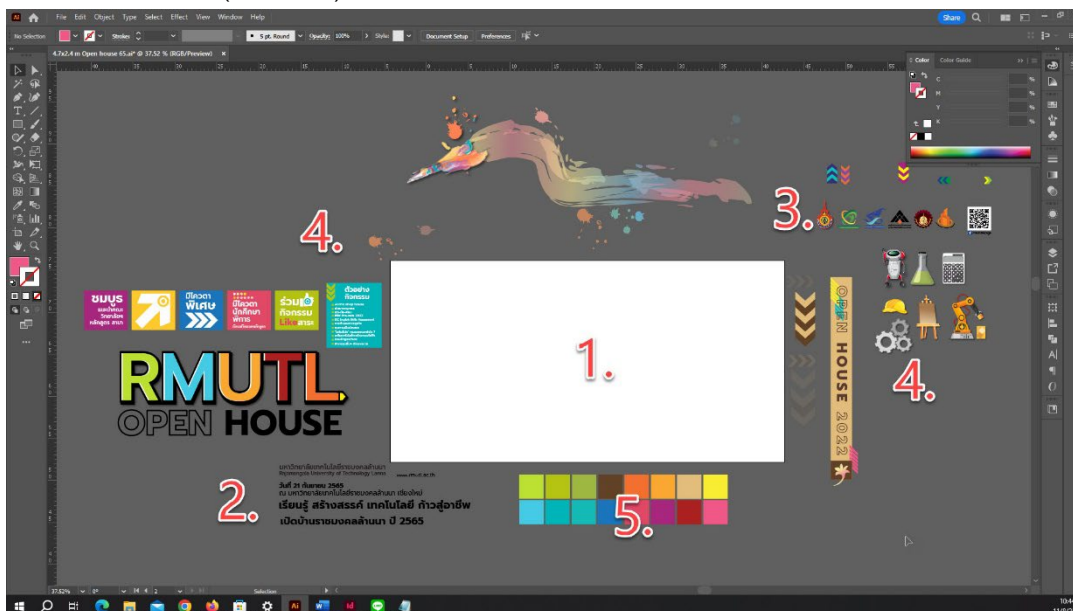


ภาพประกอบที่ ๑๑๒ ภาพตัวอย่างการเลือก บันทึกงาน ในเวอร์ชันที่ต่ำกว่า

*** เมื่อผู้ปฏิบัติงานบันทึกงานเป็นที่เรียบร้อยแล้วแต่ในขณะที่ทำการออกแบบงาน ผู้ปฏิบัติงานก็ควรบันทึกงานอย่างต่อเนื่องทุก ๆ ชั่วโมงหรือครึ่งชั่วโมงตามประสิทธิภาพของ CPU (Central Processing Unit) หรือที่เรียกว่าความแรงของคอมพิวเตอร์ของผู้ปฏิบัติงาน ไม่เช่นนั้นจะพบปัญหาโปรแกรมดับกระทันหันได้และเมื่อพบว่าไม่ได้บันทึกไฟล์งานอาจทำให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดการเสียกำลังใจในการปฏิบัติงานต่อไปได้

๖.๔ การปฏิบัติงาน (Working)

การเริ่มต้นปฏิบัติงานผู้ปฏิบัติงานควรนำข้อมูลทั้งหมดที่ผ่านการวิเคราะห์แล้วมาเริ่มออกแบบ สิ่งที่ต้องทำในการขมวดรวมความคิดสร้างสรรค์คือการนำเอาข้อมูลที่จำเป็นมารวมไว้ที่พื้นที่ Scratch Area โดยรอบเพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานรู้ว่าอะไรที่ผู้ปฏิบัติงานต้องใส่ในงานออกแบบ และสามารถสร้างสรรค์ (Creative) ได้มากขึ้นเพียงใด ดังภาพตัวอย่าง





ภาพประกอบที่ ๑๑๓ ภาพตัวอย่างการนำเอาข้อมูลที่จำเป็นมารวมไว้ที่พื้นที่ Scratch Area

๑. พื้นที่งานที่จะออกแบบ (Artboard) : เป็นพื้นที่ที่ผู้ปฏิบัติงานจะต้องออกแบบงานในพื้นที่นี้ เมื่องานเสร็จแล้วต้องนำออกไฟล์งานจะได้ตามขนาดของ Artboard ที่สร้างไว้ในตอนแรก

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

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

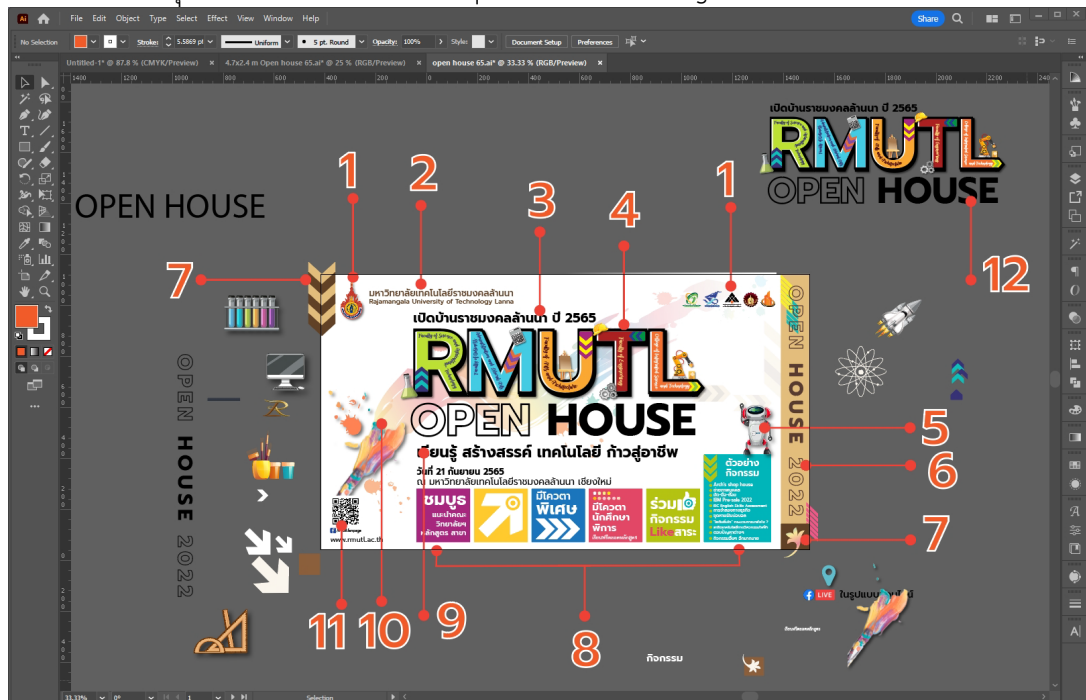
๔. รูปภาพตัวอย่างสี : การเลือกสีในการออกแบบมีส่วนสำคัญมากต่อภาพรวมของงานกราฟิกเป็นต้นตัวชี้วัดถึงความสวยงามและน่าสนใจของตัวงานผู้ปฏิบัติงานจึงไม่ควรมองข้าม ถ้าหากมีสีที่เป็นสีหลักที่จะใช้ออกแบบอยู่แล้วก็ยิ่งทำให้เลือกกลุ่มสีได้ง่ายขึ้น ในการเลือกกลุ่มสีที่ทำได้ง่ายก็คือการมองสีต่าง ๆ หรือสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัวนำมาถอดรหัสชุดสีที่ดูแล้วลงตัวออกมาโดยใช้เครื่องมือ  หรือ Eyedropper Tool (I) ดูดเลือกสีบนพื้นที่สีของภาพตัวอย่าง

๕. ชุดสีที่ได้จากรูปตัวอย่าง : เมื่อผู้ปฏิบัติงานคลิกที่เครื่องมือ Eyedropper Tool เมื่อเมาท์กลายเป็นรูปที่ดูดสีก็สามารถคลิกเมาท์ตรงพื้นที่สีนั้น ๆ สีที่ถูกดูดจะโชว์อยู่กล่องเครื่องมือ Fill แล้วนำเมาท์ไปคลิกรูป  Rectangle Tool (M) แล้วนำเมาท์ไปคลิกบนพื้นที่ที่ต้องการสร้างโดยคลิกเมาท์ค้างไว้แล้วลากให้ได้รูปสี่เหลี่ยมตามต้องการ รูปสี่เหลี่ยมนั้นจะได้สีที่ดูดไว้จาก

ภาพตัวอย่าง ผู้ปฏิบัติงานจะสร้างรูปสี่เหลี่ยมก่อนดูดสีก็ได้ แต่ผู้ปฏิบัติงานต้องคลิกเมาท์เลือกรูปสี่เหลี่ยมก่อนจึงเลือกเครื่องมือดูสีแล้วรูปสี่เหลี่ยมจะกลายเป็นสีที่ดูทันที

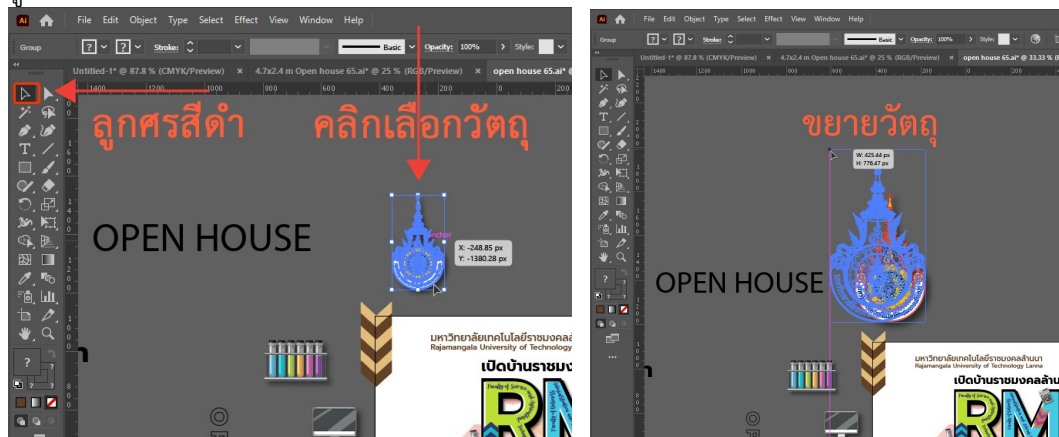
๖.๕ นำวัตถุ (Object) ที่เตรียมไว้มาจัดองค์ประกอบบน Artboard

การจัดองค์ประกอบงานออกแบบ ผู้ปฏิบัติงานควรคำนึงถึงข้อจำกัดในงานก่อน เช่น การวางตำแหน่งของโลโก้พระมหาพิชัยมงกุฏ จะต้องวางตำแหน่งที่สูงที่สุดของงาน เป็นต้น และเมื่อได้งานออกแบบที่เกือบจะสมบูรณ์แล้วสามารถเพิ่มความน่าสนใจขึ้นได้อีก คือการเพิ่มเงา (Shadow) วัตถุหรือการเพิ่มลวดลายจาง ๆ บนฉากหลัง (Background) ตามขั้นตอนดังนี้



ภาพประกอบที่ ๑๑๔ ภาพตัวอย่างการจัดองค์ประกอบบน Artboard

๑. วางตำแหน่งโลโก้หลัก : เนื่องจากข้อจำกัดของการวางตำแหน่งโลโก้ที่จะต้องอยู่ตำแหน่งที่สูงกว่าวัตถุอื่น ๆ ทำให้มีตัวเลือกของตำแหน่งจัดวางไม่มากนัก จึงไม่เป็นปัญหาต่อการคิดสร้างสรรค์สามารถวางตำแหน่งด้านบนที่ต้องการไว้ก่อนได้ และยังสามารถเคลื่อนย้ายได้ตามความเหมาะสมในภายหลัง ผู้ปฏิบัติงานสามารถใช้เครื่องมือ ในการย้ายวัตถุและย่อหรือขยายวัตถุได้โดยการขยายวัตถุต่าง ๆ นั้นควรกด Shift ที่คีย์บอร์ดร่วมด้วย เพื่อให้สัดส่วนของวัตถุนั้นถูกต้องไม่ผิดเพี้ยนไปจากเดิม



ภาพประกอบที่ ๑๑๕ ภาพตัวอย่างการย้ายวัตถุและการย่อ-ขยายวัตถุ

๒. วางตำแหน่งชื่อมหาวิทยาลัยคุณโลโก้หลัก : เมื่อมีการออกแบบงานที่ต้องสื่อสารกับบุคคลภายนอก ผู้ปฏิบัติงานควรมีการวางชื่อของมหาวิทยาลัยควบคู่กับโลโก้หลักเสมอ

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

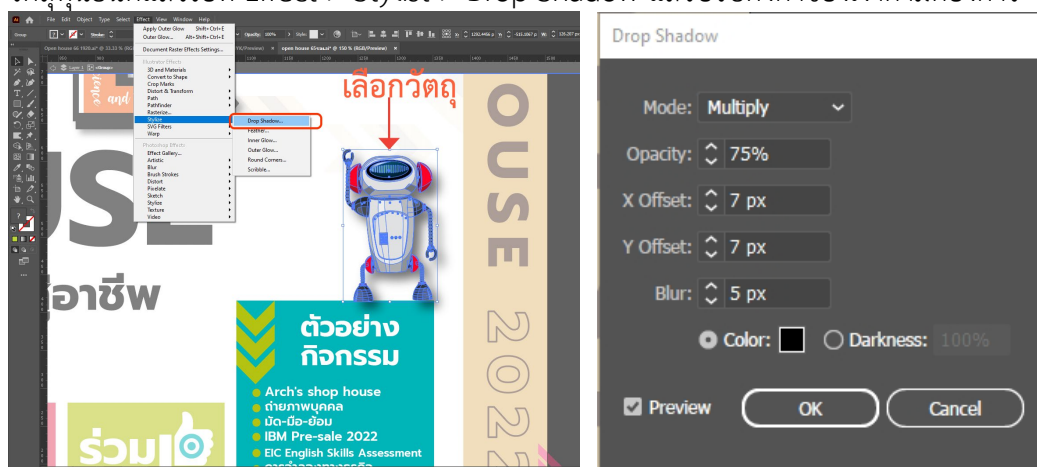


๔. โลโก้หลักของงาน Open House : ให้มีการตกแต่งภายนอก Artboard แล้วทำการยกเข้ามาจัดวางใน Artboard โดยการเลือกฟอนต์ที่ต้องการและทำการครีเอทฟอนต์โดยการไปที่เมนูคำสั่ง Type > Create Outlines และตกแต่งสีเส้นตามสีประจำแต่ละคณะโดยใช้เครื่องมือ แล้วตกแต่งด้วยภาพประกอบที่เป็นอุปกรณ์การเรียน




ภาพประกอบที่ ๑๑๖ ภาพตัวอย่างการเลือกสีใน Default fill and stroke tool

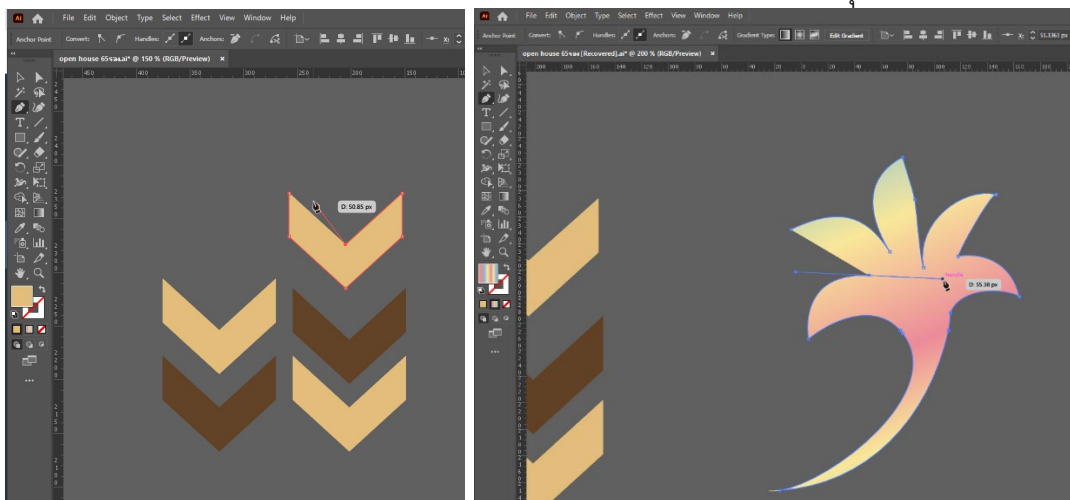
๕. ภาพประกอบที่เป็นหุ่นยนต์ : ภาพหุ่นยนต์ที่ถูกเตรียมไว้แล้วให้ผู้ปฏิบัติงานไดคัทภาพหุ่นยนต์ให้เป็นพื้นหลังใสจากโปรแกรม Adobe Photoshop แล้วเซฟเป็นไฟล์นามสกุล .psd หรือ .png เพื่อให้เมื่อนำมาวางใน Adobe Illustrator แล้วมีพื้นหลังโปร่งใส ผู้ปฏิบัติงานสามารถสร้างความน่าสนใจให้วัตถุหุ่นยนต์ได้ด้วยการสร้างเงา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




ภาพประกอบที่ ๑๑๗ ภาพตัวอย่างการเพิ่มเงาให้วัตถุ


๖. **ชื่องานภาษาอังกฤษ** : เนื่องจากโลโก้ของงานมีชื่อเป็นภาษาอังกฤษอยู่แล้วจึงเลือกใช้ชื่องานภาษาอังกฤษไว้สำหรับตกแต่งอักษรแนวตั้งด้านข้างเพื่อเป็นลูกเล่นเล็กให้มีความน่าสนใจ


๗. **กราฟิกประกอบ ลูกขรและดอกป๊อป** : เป็นสัญลักษณ์เล็ก ๆ ที่มีนัยสำคัญอีกสิ่งหนึ่งของมหาวิทยาลัยที่ผู้ปฏิบัติงานควรมี เพราะจะทำให้ผู้พบเห็นได้ซึมซับและทราบว่าเป็นคือดอกไม้ประจำ มทร.ล้านนา และการใช้ลูกขรจะเป็นการชี้้นำให้กลุ่มเป้าหมายสนใจสื่อที่เผยแพร่ตนเอง โดยกราฟิกประกอบนี้ผู้ปฏิบัติงานสามารถสร้างให้เป็นไฟล์เว็คเตอร์ (Vector) ได้ด้วยการใช้เครื่องมือ  Pen tool สร้างเส้นด้วยการคลิกที่เครื่องมือแล้วคลิกลากตามจุดที่ต้องการ





ภาพประกอบที่ ๑๑๘ ภาพตัวอย่างไฟล์เว็คเตอร์ได้ด้วยการใช้เครื่องมือ Pen tool สร้างเส้น

๘. **กราฟิกตัวอักษรคำโปรย** : เป็นกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีในงาน Open House ผู้ปฏิบัติงานควรเลือกกิจกรรมที่น่าสนใจมาทำให้โดดเด่นขึ้นอีกโดยการสร้างวัตถุสี่เหลี่ยมที่ให้สีสันสดใสรองพื้นให้ตัวอักษรเด่นขึ้นมา โดยการสร้างจาก  คลิกที่ Basic shape tool แล้วลากสร้างได้ตามขนาดที่ต้องการ

๙. **จัดวางตำแหน่งตัวอักษรคำโปรย** : ชุดข้อความที่เตรียมไว้แล้วก็ต้องนำมาหาตำแหน่งจัดวางที่เหมาะสมในการจัดวางแนวของอักษรที่มีรูปแบบจะทำให้งานออกแบบดูสวยงามเป็นระเบียบยิ่งขึ้นด้วย Align Panel  ที่มีการจัดวางแนวหลายรูปแบบตามลักษณะของสัญลักษณ์

๑๐. **ฉากพื้นหลังและลวดลายฉากหลัง (Background)** : เป็นสิ่งแรกที่ผู้ปฏิบัติงานควรสร้างก่อนเพราะเป็นเหมือนโครงสร้างหลักที่จะทำให้มองเห็นภาพรวมของงาน ในการสร้างฉากหลังจะใช้เครื่องมือ  Rectangle Tool (M) คลิกลากเส้นจากมุมหนึ่งไปยังอีกมุมหนึ่งให้เต็มพื้นที่บน Artboard แล้วเลือกสีที่ต้องการ

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

๑๑. **QR Code และช่องทางติดต่อกลับ** : เมื่อผู้ปฏิบัติงานเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ควรมีช่องทางที่ให้กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ที่สนใจกิจกรรมนั้นได้ติดต่อกลับ เพราะจะทำให้เกิดการสื่อสารระหว่างกันเกิดขึ้น

๑๒. **โลโก้ต้นแบบของงานที่คัดลอกไว้** : โลโก้ของงานเป็นตัวสำคัญ เมื่อผู้ปฏิบัติงานออกแบบจนได้โลโก้ที่ถูกใจแล้วควรคัดลอกไว้ก่อน เพื่อสำรองไว้ป้องกันโลโก้ที่ได้นำไปจัดวางและตกแต่งแล้วทำให้งานดูรกเกินไปจะได้นำโลโก้ต้นแบบนั้นมาแก้ไขได้อีกครั้ง



ภาพประกอบที่ ๑๑๙ ภาพตัวอย่างงานป้าย Open House ที่วางลงตัวเรียบร้อยแล้ว

เมื่อผู้ปฏิบัติงานทำการออกแบบงานป้ายได้สำเร็จเรียบร้อยแล้ว ให้ผู้ปฏิบัติงานทำการบันทึกไฟล์งานทันทีโดยการเลือกคำสั่ง File > Save งานออกแบบที่เสร็จเรียบร้อยแล้วอาจจะเห็นว่า มีวัตถุที่มีส่วนเลยจากพื้นที่ Artboard ออกมาบ้างก็ไม่ต้องกังวล ผู้ปฏิบัติงานสามารถ Make Clipping Mask งานทั้งหมดได้เพื่อให้งานดูเรียบร้อย หรือหากไม่ใช่ Make Clipping Mask เมื่อ Export File โดยเลือกที่ Use Artboards ภาพที่ได้จะแสดงผลภาพในพื้นที่ Artboards เท่านั้น

ปัญหา : ที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการออกแบบในโปรแกรม Adobe Illustrator

๑. แถบ Tool Bar หายในขณะที่ผู้ปฏิบัติงานอยู่ หรือแถบอุปกรณ์ทั้งหมดหายไป ทำให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความกังวลใจ
๒. ผู้ปฏิบัติงานไม่สามารถที่จะแก้ไขจุด Vector ของวัตถุที่สร้างไว้แล้วได้
๓. ผู้ปฏิบัติงานเกิดปัญหาขณะทำงานออกแบบที่อยู่ ๆ งานทั้งหมดก็แสดงภาพงานเป็นลายเส้น Outline สีดำปรากฏแทนภาพงาน

แนวทางแก้ไขปัญหา :

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

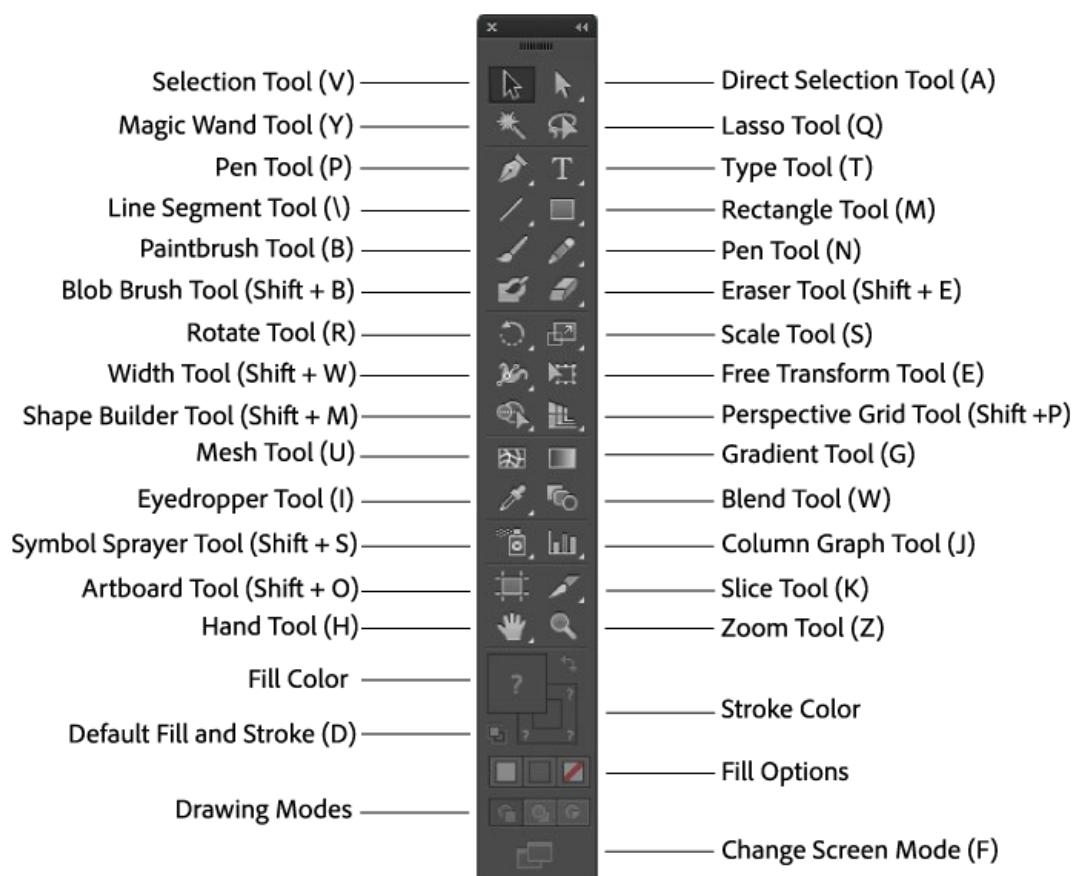
๒. หากผู้ปฏิบัติงานเกิดเหตุการณ์ไม่สามารถที่จะแก้ไขจุด Vector ของวัตถุที่สร้างไว้แล้วได้นั้นเป็นเพราะอาจไปกดโดนคำสั่ง Ctrl แล้วตามด้วยกดปุ่ม H เท่ากับการใช้คำสั่งลือคจุด Vector วัั้นเอง Ctrl + H เป็นคีย์ลัดในการใช้คำสั่ง เปิด/ปิด ลือคจุด Vector เมื่อเกิดการลือคแล้วให้ผู้ปฏิบัติงานกดคีย์ลัด Ctrl + H ซ้ำอีกครั้งจะเป็นการปลดลือคทันที

๓. ในการแก้ไขปัญหาคือผู้ปฏิบัติงานเกิดปัญหาขณะทำงานออกแบบที่อยู่ ๆ งานทั้งหมดก็แสดงภาพงานเป็นลายเส้น Outline สีดำปรากฏแทนภาพงานนั้น มีอยู่ด้วยกัน ๒ กรณี คือ กรณี

ที่ ๑ ผู้ปฏิบัติงานกดไปโดนคีย์ลัดคำสั่งแสดง Outline ในกรณีนี้ให้ผู้ปฏิบัติงานกดคำสั่งคีย์ลัด Ctrl + Y จะทำให้ภาพกลับมาแสดงผลเช่นเดิม แต่สำหรับในกรณีที่ ๒ คือ เมื่อผู้ปฏิบัติงานกดคำสั่งคีย์ลัด Ctrl + Y แล้วไม่ปรากฏภาพดังเดิมนั้นแสดงว่าโปรแกรมไม่สามารถประมวลผลเป็นภาพสมบูรณ์ได้จึงแสดงเป็นเส้น Outline แทน ให้ผู้ปฏิบัติงานทำการลบล้างงานที่ไม่ได้ใช้ออกแบบแล้วทิ้งให้หมดแล้วทำการกดคำสั่งคีย์ลัด Ctrl + Y อีกครั้งจะทำให้โปรแกรมกลับมาประมวลผลได้และปรากฏเป็นภาพงานปกติดังเดิม

ข้อเสนอแนะ :

ในการปฏิบัติงานออกแบบในโปรแกรม Adobe Illustrator นั้นการใช้คำสั่งคีย์ลัดต่าง ๆ เพื่อให้มีการปฏิบัติงานที่รวดเร็วยิ่งขึ้นแต่หากเป็นผู้ปฏิบัติงานใหม่ที่ยังไม่มีประสบการณ์มาก อาจมีปัญหาในการกดแป้นพิมพ์คีย์บอร์ดพร้อมกันโดยบังเอิญจนกลายเป็นคีย์ลัดของโปรแกรมแล้วเกิดการกระทำบางอย่างในขณะที่ทำงานและไม่รู้จะแก้ไขได้อย่างไร แนะนำให้ผู้ปฏิบัติงานสังเกตเมื่อใช้คำสั่งที่แถบเมนูคำสั่ง (Menu Bar) ในแต่ละคำสั่งที่มีคีย์ลัด เมื่อผู้ปฏิบัติงานเลือกที่คำสั่งที่ต้องการด้านหลังชื่อคำสั่งแต่ละอันจะมีคีย์ลัดระบุไว้ด้วย เมื่อผู้ปฏิบัติงานมีประสบการณ์เพิ่มขึ้นในการออกแบบงานจะทำให้สามารถจดจำคีย์ลัดเหล่านี้ได้ และยังมีคีย์ลัดที่ยังสามารถเรียกใช้เครื่องมือในกล่อง Tool Box ได้อีกด้วย ดังภาพตัวอย่าง



ภาพประกอบที่ ๑๒๐ ภาพตัวอย่างคีย์ลัดที่เรียกใช้เครื่องมือใน Tool Box

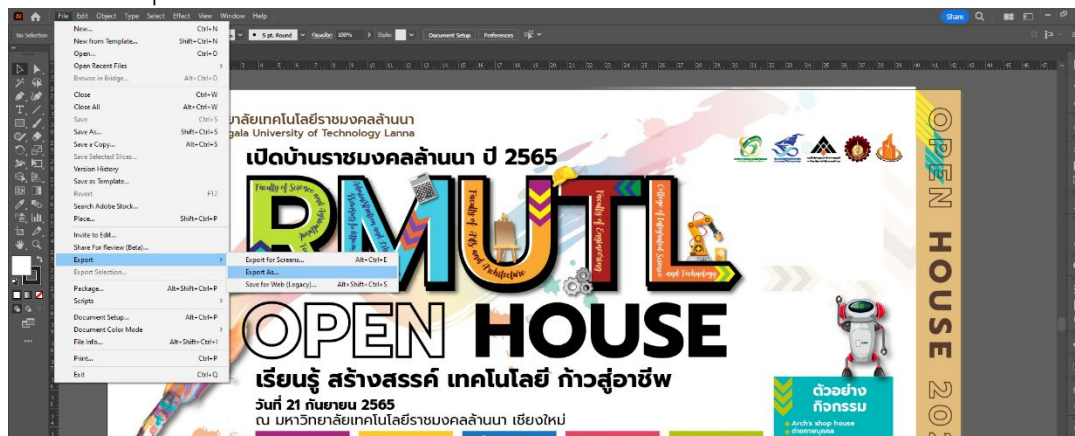
ขั้นตอนที่ ๕ การส่งออกไฟล์งาน (Export file)

๑. การส่งออกไฟล์ (Export File)

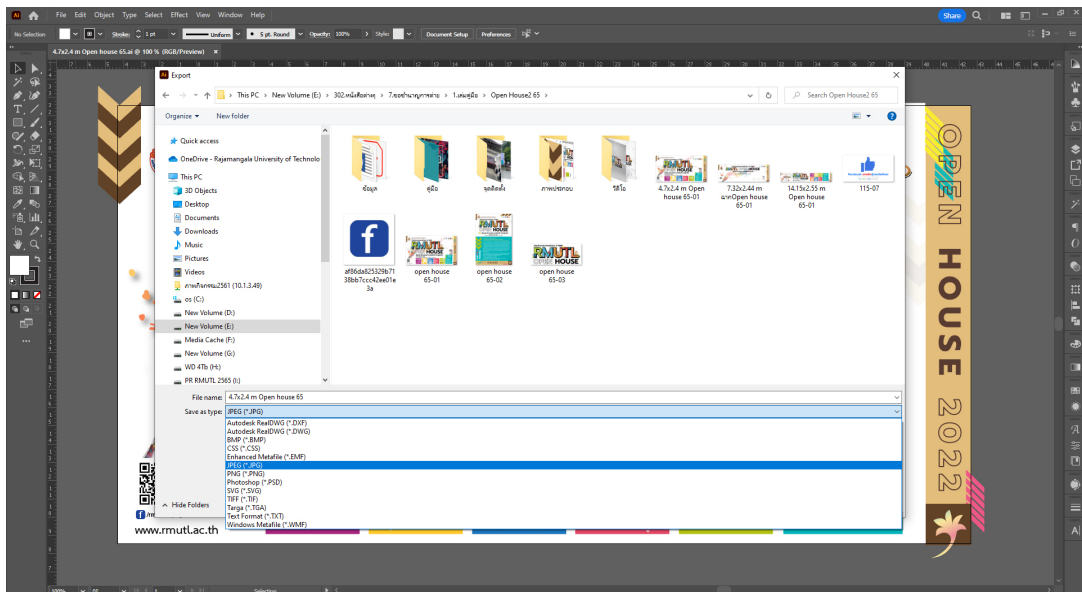
งานที่ออกแบบสำเร็จแล้วและจะนำไปผลิตและเผยแพร่ในการออกแบบเพื่อผลิตเป็นสื่อรูปแบบต่าง ๆ นั้นมีหลากหลายแบบแต่สำหรับงานพิมพ์ที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทป้ายไวนิลนั้น ผู้ปฏิบัติงานควรเลือกใช้ที่มีวิธีทำเพียง ๓ รูปแบบเพื่อนำไปใช้งานต่าง ๆ ได้แก่ ไฟล์ .JPEG .PDF และ .TIFF แต่สำหรับในงานพิมพ์ที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทอื่น คือ การออกแบบและนำออกไฟล์สำหรับงานพิมพ์อิงค์เจ็ท (Inkjet Printing) การออกแบบและนำออกไฟล์ สำหรับงานพิมพ์ออฟเซ็ท (Offset Printing) และพิมพ์ดิจิทัล (Digital Printing) ก็มีวิธีใช้ไฟล์การส่งออกงานพิมพ์ที่แตกต่างกันตามรูปแบบประเภทงานพิมพ์ รวมถึงการออกแบบและส่งออกไฟล์สำหรับออกจอแสดงผลต่าง ๆ ในรูปแบบไฟล์ดิจิทัล ในการออกแบบนั้นผู้ปฏิบัติงานยังสามารถออกแบบในครั้งเดียวแล้วส่งออกไฟล์ได้หลายรูปแบบโดยไม่ต้องออกแบบใหม่ แต่จะต่างกันตรงที่ค่าความละเอียดของงานที่อาจต้องปรับตามรูปแบบของสื่อที่ต้องการเท่านั้น

๒. การส่งออกไฟล์งานออกแบบ (Export File) สำหรับนำเสนองาน

การส่งออกไฟล์งานในรูปแบบนี้คือการส่งออกไฟล์งานในรูปแบบของ JPEG File เพราะเป็นไฟล์ที่สามารถเปิดได้ทุกอุปกรณ์ JPEG ย่อมาจาก Joint Photographic Experts Group คือชื่อของกลุ่มผู้สร้างไฟล์แบบนี้ขึ้นมา โดยปัจจุบันไฟล์ภาพที่เป็น JPEG แพร่หลาย ใช้กันอย่างกว้างขวางในอินเทอร์เน็ต และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อย่างคอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน หรืออุปกรณ์อื่นอีกมากมายที่สามารถรองรับการเปิดรูปภาพได้ รูปแบบไฟล์ JPEG นี้นิยมใช้กันมาก โดยเฉพาะภาพถ่าย เนื่องจากสามารถเก็บความละเอียดสูง (High Pixel) ได้โดยใช้ขนาดไฟล์ที่เล็ก ข้อดีของกราฟิกชนิดนี้คือ มันสามารถ แสดงสีได้สูงสุดถึง ๑๖.๗ ล้านสี อย่างไรก็ตามภาพแบบ JPEG จะมีการสูญเสียรายละเอียดบ้าง ซึ่งเป็นผลจากการบีบอัดข้อมูล (Compression) เพื่อลดขนาดภาพให้มีขนาดไม่ใหญ่จนเกินไป กราฟิกชนิด JPEG เหมาะสำหรับใช้แสดงภาพภายนอกที่มีสีสันมาก และต้องการประหยัดเนื้อที่ในการเก็บ โดยทั่วไปจะใช้สำหรับจัดเก็บภาพถ่ายดิจิทัลและใช้โดยกล้องดิจิทัลส่วนใหญ่เพื่อบันทึกรูปภาพไฟล์ .jpg เป็นไฟล์ภาพที่พบบ่อยที่สุด โดยมีวิธีทำคือเปิดเมนู File > Export > Export As และเลือกประเภทเป็น JPEG พร้อมกับคลิกเลือกในช่อง Use Artboards แล้วคลิก Export ทันที

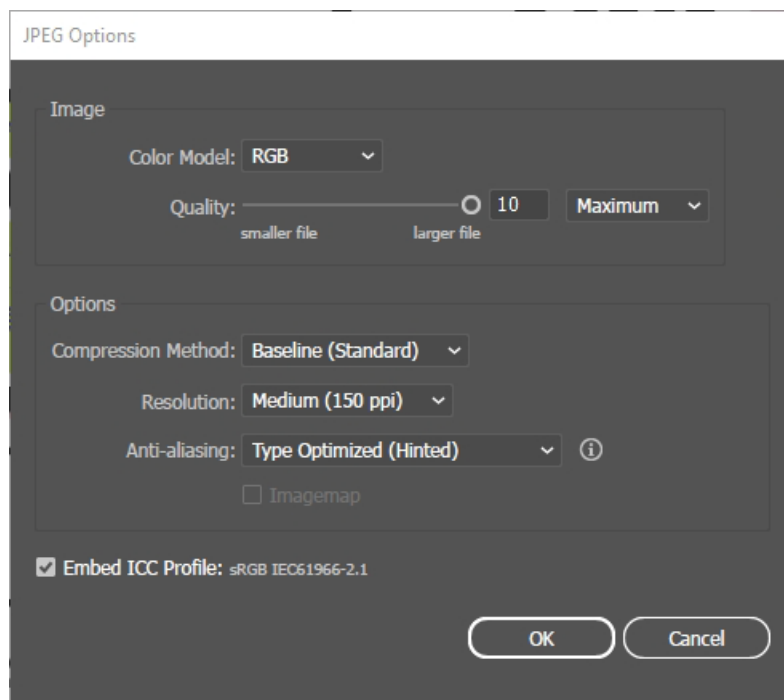


ภาพประกอบที่ ๑๒๑ ภาพตัวอย่างการเข้าไปที่ Export As



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 เพราะเป็นค่าแสดงผลหน้าจอที่เมื่อมองดูแล้วก็เสมือนงานจริงกับที่จะต้องผลิต ผู้ปฏิบัติงานสามารถใช้ไฟล์นี้เพื่อส่งให้ผู้บังคับบัญชาและผู้เกี่ยวข้องทั้งหมดดูและตรวจสอบงานผ่านช่องทางออนไลน์ได้ทันที โดยไม่ต้องพิมพ์งานให้เสียเวลาและเสียทรัพยากรเพิ่มขึ้นและหากผู้ปฏิบัติงานต้องการพิมพ์ไฟล์งานนี้เพื่อนำเสนอแก่ผู้บังคับบัญชาให้ตรวจสอบสีที่มีความเสมือนงานจริงก็สามารถใช้ไฟล์นี้ได้เช่นกัน



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 Education
Faculty of Architecture
Faculty of Engineering
Faculty of Information Science and Technology

OPEN HOUSE

เรียนรู้ สร้างสรรค์ เทคโนโลยี ก้าวสู่อาชีพ

วันที่ 21 กันยายน 2565
ณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่

ชมบุ๋ม
แนะนำคณะ
วิทยาลัยฯ
หลักสูตร สาขา

มีโควตา
พิเศษ

มีโควตา
นักศึกษา
พิการ
เรียนฟรีตลอดหลักสูตร

ร่วมใจ
กิจกรรม
Like share

ตัวอย่าง
กิจกรรม
Arch's shop house
งานภาพกราฟิก
Mini-Debut
IBM Pre-sale 2022
BC English Skills Assessment
การประกวดงานศิลป์
จุดเด่นเป็นเอกลักษณ์
"โตคิดโตได้" เรียนจบพร้อมคิด ?
• ผลิตบัณฑิตที่มีคุณธรรมและ
คุณปัญญา
• ตอบสนองสังคม
• กิจกรรมเสริม ศึกษานานาชาติ

www.rmutl.ac.th

ภาพประกอบที่ ๑๒๔ ภาพตัวอย่างการ Export File งานที่ออกแบบสำเร็จแล้วในรูปแบบของ JPEG File

๓. การส่งออกไฟล์งานออกแบบ (Export File) สำหรับงานพิมพ์ป้ายไวเนล

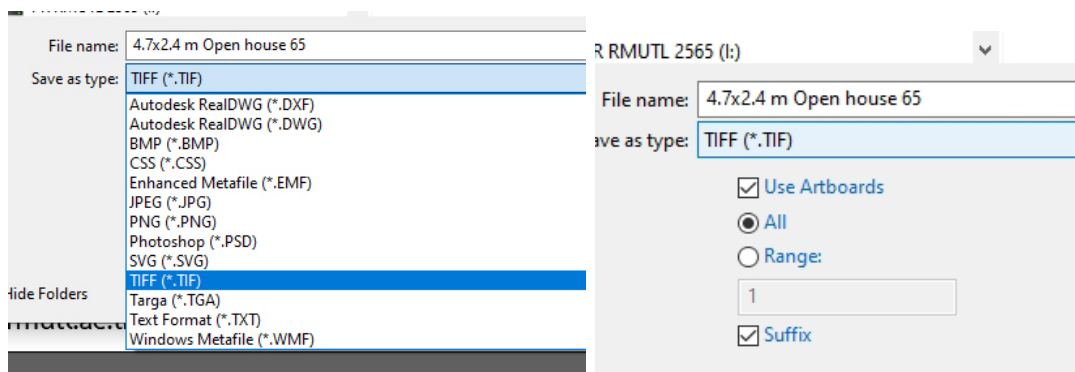
ในการส่งออกไฟล์งานที่จะส่งไปโรงพิมพ์นั้นผู้ปฏิบัติงานสามารถส่งออกไฟล์ได้ ๒ รูปแบบ คือ TIFF File และ PDF File เพื่อส่งไปยังโรงพิมพ์ให้ผลิตงานพิมพ์ เพราะไฟล์เหล่านี้จะทำให้ได้งานพิมพ์ที่มีคุณภาพและเกิดข้อผิดพลาดหรือไฟล์งานเสียหายของไฟล์เมื่อส่งไปยังโรงพิมพ์น้อยที่สุด

๓.๑ การส่งออกไฟล์งานในรูปแบบ TIFF File

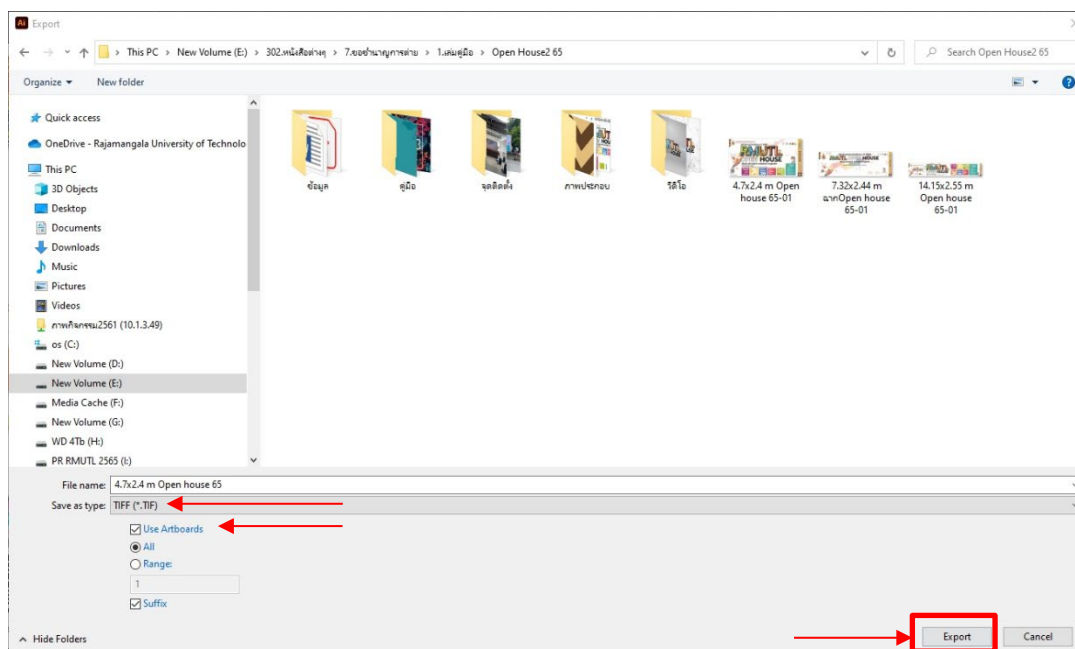
TIFF ซึ่งย่อมาจาก Tag Image File Format เป็นไฟล์คอมพิวเตอร์ที่ใช้เพื่อเก็บข้อมูลกราฟิกและรูปภาพราสเตอร์ การใช้ไฟล์ TIFF ซึ่งเป็นที่นิยมในหมู่ช่างภาพนั้นเป็นวิธีการที่สะดวกในการจัดเก็บรูปภาพคุณภาพสูงก่อนทำการแก้ไขรูปภาพ หากคุณต้องการหลีกเลี่ยงการใช้รูปแบบไฟล์ที่ทำให้เกิดการสูญเสียข้อมูลระหว่างบีบอัด ไฟล์ TIFF จะมีนามสกุลเป็น .tiff หรือ .tif เป็นรูปแบบการบีบอัดไฟล์ที่ไม่ทำให้ข้อมูลสูญหาย ซึ่งหมายความว่าไฟล์จะมีขนาดใหญ่กว่ารูปแบบอื่น ๆ แต่คุณภาพของรูปภาพจะไม่ลดลง สามารถใช้งานได้กับทั้ง Windows, Linux และ macOS TIFF อาจไม่ใช่ไฟล์ที่มีขนาดเล็กที่สุด แต่ก็ยังเป็นรูปแบบที่ช่วยให้ผู้ใช้สามารถแทรกข้อมูลเพิ่มเติมสำหรับรูปภาพ เช่น เลเยอร์เพิ่มเติมได้ นอกจากนี้ ไฟล์ประเภทนี้ยังสามารถใช้งานร่วมกับซอฟต์แวร์แก้ไขรูปภาพ เช่น Adobe Photoshop ได้อีกด้วย

เมื่อออกแบบงานพิมพ์ป้ายขนาดใหญ่เสร็จเป็นที่เรียบร้อยแล้ว สิ่งที่คุณผู้ปฏิบัติงานควรทำต่อจากนั้นคือการ Export File สำหรับงานพิมพ์อิงค์เจ็ท (Inkjet Printing) เนื่องจากงานพิมพ์อิงค์เจ็ทที่เป็นไฟล์ขนาดใหญ่มักจะมีปัญหาเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ที่ประมวลผลช้าในขณะที่ออกแบบ ผู้ปฏิบัติงานจึงต้องย่อขนาดงานให้เล็กลง เพื่อการออกแบบงานที่เร็วยิ่งขึ้น เมื่อเลือกใช้มาตราส่วน ๑:๑๐ นั่นก็แสดงว่าผู้ปฏิบัติงานจะต้อง Export File ที่มีความละเอียดสูงที่สุดเท่าที่จะทำได้โดยการ Export เป็น TIFF File ซึ่งเหมาะกับการ Commercial Print หรือที่เรียกว่างานพิมพ์เชิงพาณิชย์นั่นเอง วิธีทำคือเปิดเมนู File > Export > Export As และเลือกประเภทเป็น TIFF พร้อมกับคลิกเลือกในช่อง Use Artboards จะมีหน้าต่าง TIFF Option แสดงขึ้นมาเพื่อทำการตั้งค่าต่าง ๆ ตามภาพ ให้เลือก Color Model เป็น CMYK ส่วนถ้าเลือก LZW จะทำให้มีการบีบอัดไฟล์งาน หากไม่สามารถ Export ได้ให้เลือกค่า Resolution ลดน้อยลงเรื่อย ๆ จนกว่าจะ Export File ได้

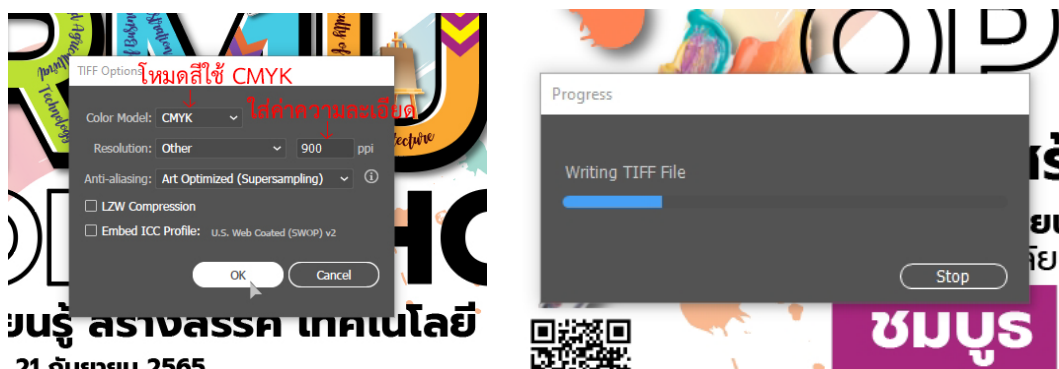
สำเร็จ และหลังจากนั้นผู้ปฏิบัติงานต้องนำไฟล์ไปปรับค่าจริงของงานในโปรแกรม Photoshop อีกครั้ง



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 และเลือก Resolution

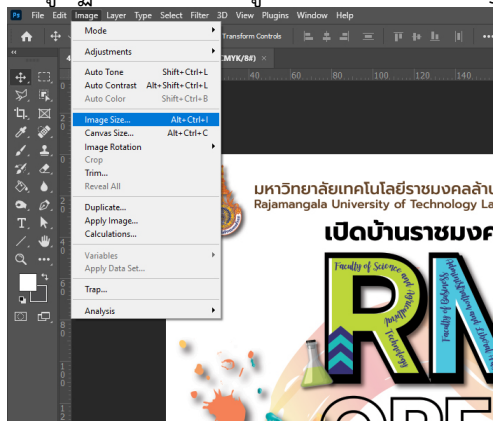
เพียง ๑๕๐ ppi เท่านั้น แล้วจึงบันทึกงาน เพราะในงานพิมพ์ป้ายขนาดใหญ่ไม่ได้ต้องการความละเอียดมาก เช่น งานพิมพ์ในระบบออฟเซ็ท (Offset Printing)



ภาพประกอบที่ ๑๒๘ ภาพตัวอย่างงานออกแบบที่ Export เป็น TIFF File เมื่อผู้ปฏิบัติงานได้ทำการ Export เป็น TIFF File เป็นที่เรียบร้อยแล้วให้นำไฟล์ .TIFF ไปเปิดในโปรแกรม Adobe Photoshop ที่มีสัญลักษณ์ Icon รูป Ps **Ps** โดยการคลิกที่ File > Open > แล้วเลือกไฟล์ตามชื่อที่ผู้ปฏิบัติงานได้ตั้งบันทึกไว้จะได้ดังภาพประกอบที่ ๑๒๙

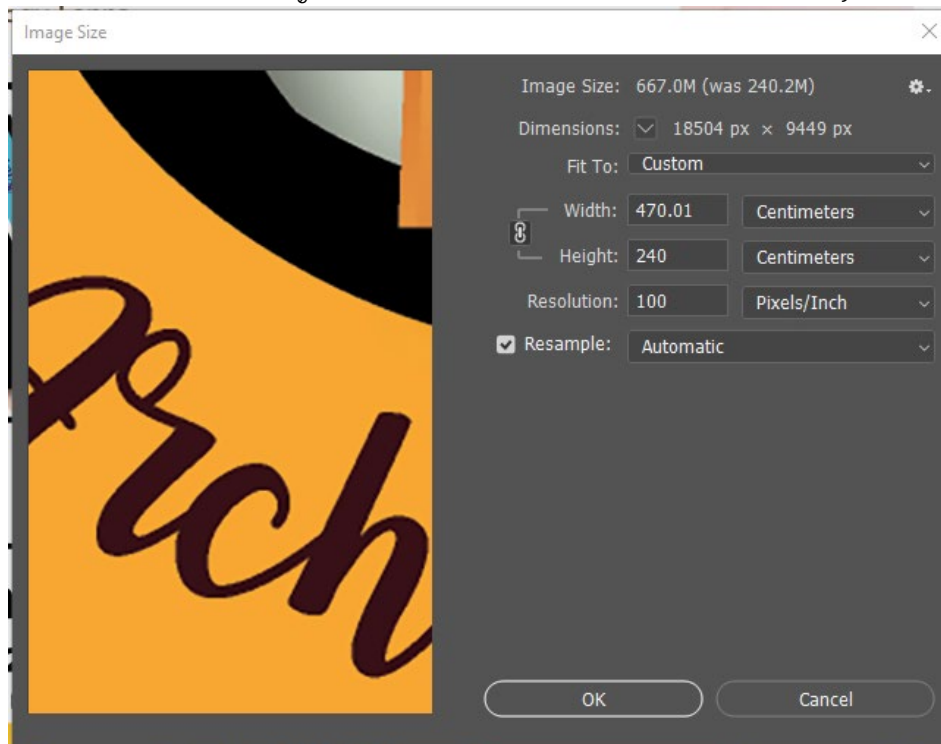


ภาพประกอบที่ ๑๒๙ ภาพตัวอย่างการเปิดไฟล์ .TIFF ในโปรแกรม Adobe Photoshop เมื่อมีการเปิดไฟล์งานขึ้นมาแล้วให้ผู้ปฏิบัติงานไปที่เมนูแถบคำสั่งเลือก Image > Image Size



ภาพประกอบที่ ๑๓๐ ภาพตัวอย่างการตั้งค่าขนาดของไฟล์งาน TIFF ในโปรแกรม Adobe Photoshop

ภาพของหน้าต่างการตั้งค่าขนาดของงานจะปรากฏขึ้นและให้ผู้ปฏิบัติงานทำการตั้งค่าให้เป็นขนาดจริงทั้งด้านกว้างและด้านยาว โดยที่ช่อง Resample เพื่อไม่ให้ค่า Resolution เปลี่ยนไปตามการตั้งค่าขนาดไฟล์งาน ผู้ปฏิบัติงานควรตั้งค่า Resolution ที่ ๑๐๐-๑๕๐ dpi เท่านั้นเพื่อไม่ให้ไฟล์งานมีขนาดใหญ่จนเกินความจำเป็นสำหรับการพิมพ์อิงค์เจ็ท (Inkjet Printing)

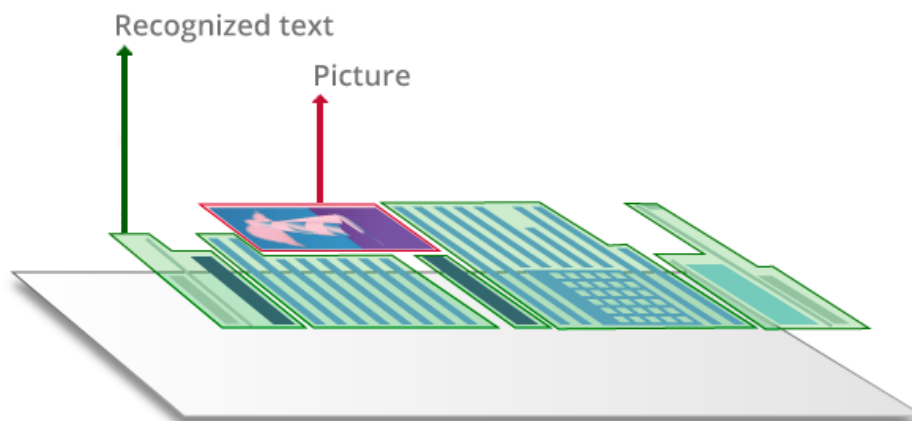


ภาพประกอบที่ ๑๓๑ ภาพตัวอย่างการตั้งค่าขนาดของไฟล์งาน .TIFF ก่อนส่งพิมพ์

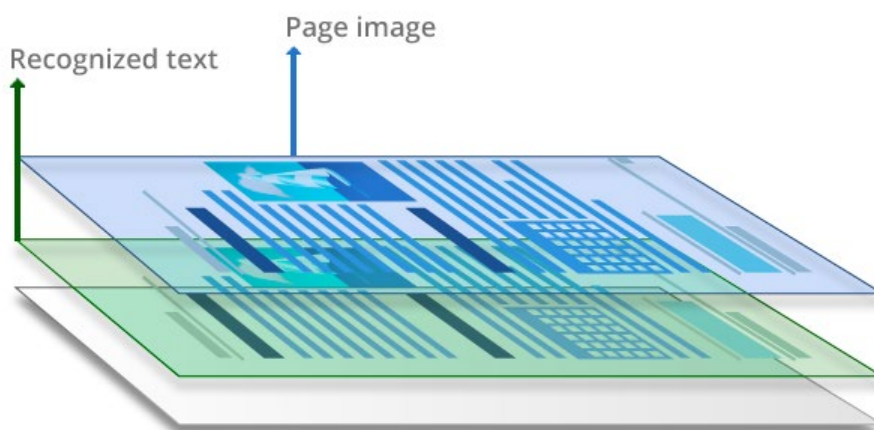
๓.๒ การส่งออกไฟล์งานในรูปแบบ PDF File

PDF ย่อมาจาก "The Portable Document Format" แปลความหมายตรงตัวว่าฟอร์แมตเอกสารพกพาได้ ส่วนหนึ่งมาจากขนาดไฟล์ที่เล็กจนส่งต่อได้ง่าย ๆ เพราะไฟล์ PDF เกิดจากการรวมตัวของไฟล์หลายประเภท และมันได้ถูกบีบอัดจนเป็นไฟล์ ๆ เดียว ที่มีขนาดเล็กนั่นเอง ไฟล์เอกสาร PDF ต้องผ่านกระบวนการที่มองไม่เห็นด้วยตา เนื่องจากไฟล์ PDF ล้วนเกิดจากการแปลงไฟล์สกุลต่าง ๆ ที่หลากหลาย เช่น โปรแกรม Microsoft Word, Microsoft Excel หรือแม้แต่เว็บแอปพลิเคชันอย่าง 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/>)



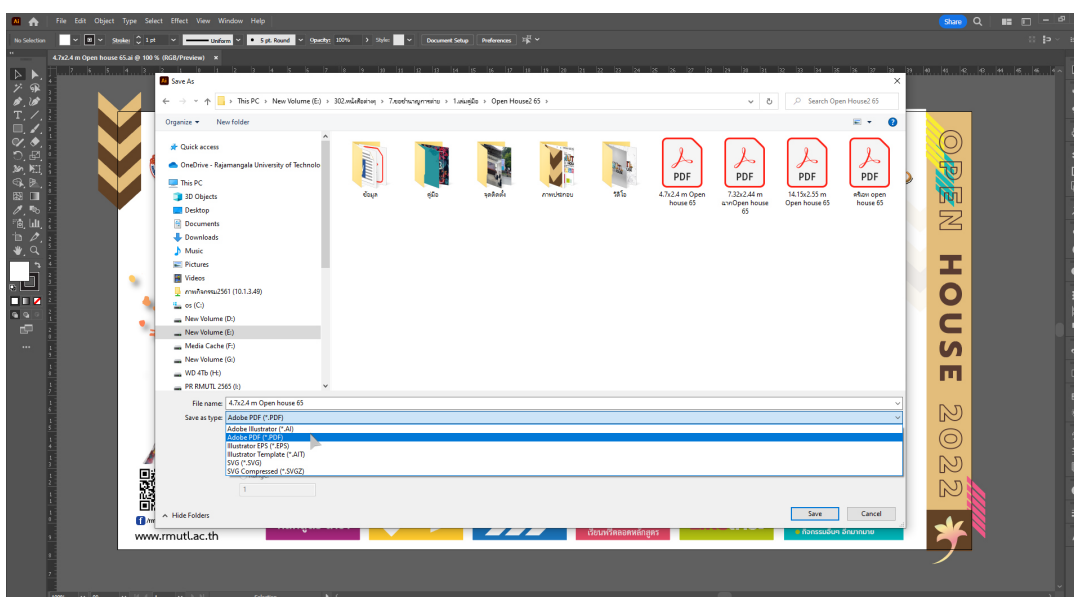
ภาพประกอบที่ ๑๓๓ ตัวอย่างไฟล์ PDF ที่ประกอบด้วยข้อความและหน้ารูปภาพทั้งแผ่น
(แหล่งที่มา : <https://pdf.abbyy.com/learning-center/pdf-types/>)

ส่วนประกอบของไฟล์ PDF

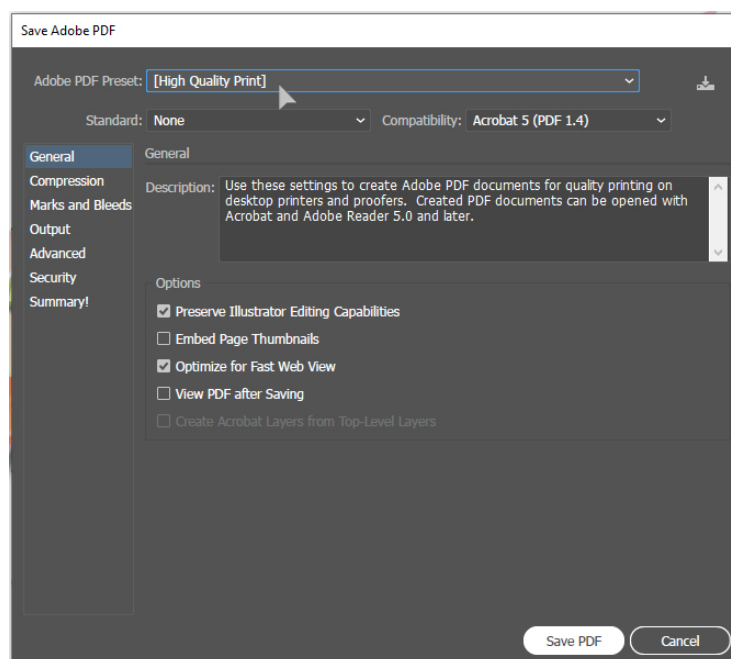
- ข้อความที่ถูกจัดเก็บเป็นการสตรีมเนื้อหา โดยไม่ใช่ข้อความเปล่า ๆ (Plain Text) ทั่วไป
- กราฟิกลายเส้นและรูปภาพแบบเวกเตอร์ (Vector Graphic)
- ภาพถ่ายและภาพประเภทอื่น ๆ (Photo)
- ลิงก์เว็บไซต์ (Website Link)
- ไฟล์ประเภทอื่น ๆ ที่สามารถฝังในไฟล์ PDF ได้
- ไฟล์ประเภทอื่น ๆ ที่เชื่อมต่อผ่านปลั๊กอิน (Plug-In)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

ไฟล์เอกสาร PDF เหมาะกับงานที่ต้องการความแม่นยำแน่นอน มีรูปแบบที่ไม่ตกหล่น ตัวอักษรไม่ขยับ เมื่อต้องเปิดผ่านคอมพิวเตอร์เครื่องอื่น ซึ่งปัญหานี้จะพบได้บ่อยบนไฟล์นามสกุลอื่น ๆ แต่ถ้าบันทึกไฟล์เป็นตระกูล PDF ปัญหาเหล่านี้จะหมดไปและด้วยคุณสมบัติข้อนี้ข้อไฟล์ PDF จึงเป็นไฟล์ที่นักออกแบบนิยม เนื่องจากเป็นไฟล์กราฟิกที่ถูกสร้างเพื่อเปิดได้กับคอมพิวเตอร์ทุกเครื่อง เกิดข้อผิดพลาดน้อย ฟอนต์และรูปภาพไม่ขยับเขยื้อนตามการแสดงผล

ของคอมพิวเตอร์แต่ละเครื่อง การ Export File ให้เป็น PDF เพื่อส่งโรงพิมพ์ผลิตงานนั้นจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง นอกจาก TIFF File เนื่องจากไฟล์ที่ได้มีคุณภาพสูง ไม่ผิดเพี้ยนจากต้นฉบับจึงเลือกใช้ PDF File การส่งงานในรูปแบบนี้ดีที่สุดที่สุด เพราะส่วนมากทุกเครื่องคอมพิวเตอร์จะมีโปรแกรมอ่าน PDF File ด้วยวิธีทำ คือ ไปที่ File > บันทึกงาน as > PDF จากนั้นตั้งค่าในส่วนต่างๆ คือ General : Adobe PDF Preset = ประกอบด้วย Illustrator Default จะเป็นไฟล์ที่สามารถเปิดใน Ai ได้เช่นเดิม ให้ผู้ปฏิบัติงานเลือกที่เป็นกลุ่ม High Quality Print ตั้งค่า Standard = None แล้วคลิกที่ปุ่ม บันทึกงาน PDF เพื่อสร้างไฟล์ ส่วนการตั้งค่าเป็น PDF/X จะเป็นรูปแบบของโรงพิมพ์, ส่วน Press Quality จะให้ไฟล์ที่ละเอียดมากที่สุด, Smallest File Size เหมาะสำหรับเว็บไซต์ Standard = ระบบจะตั้งให้ตามการเลือกค่า Preset Compatibility = เป็นการเลือกรูปแบบโปรแกรมที่ใช้ในการอ่านไฟล์สำหรับส่วนอื่น ๆ ก็สามารถตั้งค่าได้อีกมาก



ภาพประกอบที่ ๑๓๔ ภาพตัวอย่างการ บันทึกงาน File โดยการเลือกไฟล์ PDF File



ภาพประกอบที่ ๑๓๕ ภาพตัวอย่างการตั้งค่าไฟล์ PDF ใน บันทึกงาน Adobe PDF



4.7x2.4 m Open house 65.0

ภาพประกอบที่ ๑๓๖ ภาพตัวอย่างลักษณะของไฟล์ PDF เมื่อบันทึกเรียบร้อยแล้ว

ปัญหา : ที่อาจเกิดขึ้นในขั้นตอนการ Export File

๑. เมื่อผู้ปฏิบัติงานพรีวิวภาพที่ได้บันทึกเป็น TIFF File แล้ว สีมืดความผิดเพี้ยนจากโปรแกรมที่ใช้ออกแบบเป็นอย่างมาก
๒. ผู้ปฏิบัติงานตั้งค่า Resolution ในการ Export ให้เป็น TIFF File เพื่อส่งโรงพิมพ์สูงเกินไป เพราะกลัวว่าไฟล์งานพิมพ์จะไม่คมชัด จึงทำให้ไฟล์งานมีขนาดใหญ่เกินไปและโปรแกรมไม่สามารถประมวลผลต่อได้และทำให้คอมพิวเตอร์ค้าง
๓. ผู้ปฏิบัติงานลืมทำการ Create Outline ตัวอักษร ก่อนการ บันทึกงาน เป็น PDF File เมื่อนำไฟล์ไปเปิดในโปรแกรม Adobe Illustrator เครื่องอื่นอีกครั้ง จะทำให้ตัวอักษรตั้งสลับกันไปมาและไฟล์งานเกิดความเสียหายได้

แนวทางแก้ไขปัญหา :

๑. การพรีวิวดูไฟล์งานที่เป็น TIFF File ที่ไม่ได้เปิดจาก Photoshop ผู้ปฏิบัติงานจะมองเห็นสีผิดเพี้ยนจากสีที่ออกแบบไว้มากเพราะเป็นไฟล์ที่ตั้งค่าสีเป็น CMYK นั่นเอง ผู้ปฏิบัติงานไม่ควรส่งไฟล์นี้ให้แก่ผู้บังคับบัญชาหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในงานดูเพราะจะทำให้เกิดความเข้าใจผิดในเรื่องสีที่ใช้ออกแบบได้ ควรเลือกเป็น JPEG File ในการนำเสนองานต่อผู้บังคับบัญชาหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง
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 ของไฟล์งานจะได้เท่า กับ ๑๐๐ พอดี
๓. ผู้ปฏิบัติงานควรทำการ Create Outline ตัวอักษร ก่อนการบันทึกงานเป็น PDF File ในการใช้ไฟล์ PDF ส่งให้แก่ผู้เกี่ยวข้องอื่นหรือโรงพิมพ์ก็ตามเมื่อนำไฟล์ไปใช้ต่อจะทำให้ไฟล์งานไม่เกิดปัญหาสามารถเปิดใช้ไฟล์ในโปรแกรม Adobe Illustrator เหมือนเป็นไฟล์ต้นฉบับได้

ข้อเสนอแนะ :

ผู้ปฏิบัติงานควรทำการ Create Outline ตัวอักษรทุกครั้งที่มีการ Export File ที่ได้ ออกแบบสำเร็จแล้วแต่ให้ บันทึกงาน แยกไฟล์อีกไฟล์พร้อมกับต่อท้ายชื่อไฟล์ว่า Create Outline หากมีการแก้ไขตัวอักษรเกิดขึ้นสามารถนำไฟล์ต้นฉบับมาทำการแก้ไขได้ แต่หากไฟล์ไม่มีข้อแก้ไข ผู้ปฏิบัติงานสามารถใช้ไฟล์ที่ทำการ Export File ไปได้ หรือสามารถส่งไฟล์งานต้นฉบับที่ได้ Create Outline แล้วให้แก่หน่วยงานอื่นใช้ผลิตเป็นสื่ออื่นได้ทันที

ขั้นตอนที่ ๒ การตรวจสอบ

ในการตรวจสอบความเหมาะสม ความถูกต้องและความสวยงามนั้น ผู้ปฏิบัติงานควรมีการเสนองานต่อผู้บังคับบัญชา หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในงาน หรือเพื่อนร่วมทีมงาน ช่วยในการตัดสินใจ และให้คำแนะนำต่าง ๆ เพื่อให้งานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์มีความถูกต้องและมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยผู้ปฏิบัติงานควรมีลำดับขั้นตอนในการตรวจสอบดังนี้

๑. ส่งไฟล์งานให้เพื่อนร่วมงานและผู้เกี่ยวข้องตรวจสอบ

ในการปฏิบัติงานออกแบบในบางครั้งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อใช้ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์นั้นอาจเกิดข้อผิดพลาดหรือมีคำผิดที่มองไม่เห็น ในขณะที่เป็นรูปแบบข้อมูลอยู่ แต่เมื่อมีการออกแบบเป็นสื่อประชาสัมพันธ์เรียบร้อยแล้วจะมองเห็นได้ง่ายยิ่งขึ้น ในการส่งไฟล์งานที่ได้ทำการออกแบบแล้วผู้ปฏิบัติงานควรให้เพื่อนร่วมงานหรือผู้เกี่ยวข้องได้ตรวจสอบอีกครั้ง หากมีคำผิดหรือข้อความตกหล่นให้ผู้ปฏิบัติงานทำการแก้ไขในจุดนั้นทันที

๒. นำเสนองานต่อผู้บังคับบัญชาตรวจสอบ

หลังจากที่ได้ส่งไฟล์งานให้กับเพื่อนร่วมงานและผู้เกี่ยวข้องได้ตรวจสอบแล้ว ผู้ปฏิบัติงานต้องแก้ไขให้เรียบร้อยก่อนนำเสนอต่อผู้บังคับบัญชาตรวจสอบ หากต้องมีการเลือกแบบที่มีหลายอิม ผู้ปฏิบัติงานต้องนำเสนอให้ผู้บังคับบัญชาเป็นผู้เลือกแบบอิมนั้นก่อนจึงนำกลับมาปรับปรุงแล้วให้เพื่อนร่วมงานและผู้เกี่ยวข้องตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้งแล้วจึงนำเสนอต่อผู้บังคับบัญชาอีกรอบ เพื่อให้ได้รับการอนุมัติก่อนที่จะส่งผลิตในขั้นตอนต่อไป

๓. ตรวจสอบการได้รับอนุมัติโครงการ

โครงการที่มีการร้องขอใช้บริการหรือโครงการที่จัดขึ้นของหน่วยงานจะมีผู้รับผิดชอบโครงการ ซึ่งในการจัดโครงการจะต้องมีการเสนอโครงการต่อผู้บังคับบัญชาและต้องมีการได้รับอนุมัติให้จัดโครงการได้ถึงมีการดำเนินงานต่าง ๆ แต่บางโครงการที่มีความจะเป็นต้องจัดอยู่แล้วขององค์กร ผู้รับผิดชอบโครงการจะมีการร้องขอใช้บริการด้วยวาก่อน เพื่อให้มีการดำเนินงานล่วงหน้าเพราะในการออกแบบจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์นั้นต้องใช้เวลาในการปฏิบัติงานมากในแต่ละขั้นตอนของการออกแบบจะทำให้มีเวลาออกแบบงานที่ดีมีคุณภาพได้ เมื่อผู้ปฏิบัติงานได้ทำการออกแบบสื่อและได้รับการอนุมัติให้ผลิตสื่อเป็นที่เรียบร้อยแล้วต้องทำการยืนยันกับผู้รับผิดชอบโครงการว่าโครงการนั้นได้รับการอนุมัติเป็นที่เรียบร้อยแล้วจึงสามารถดำเนินการในขั้นตอนต่อไปได้

๔. ตรวจสอบรายงานขอซื้อวัสดุ/จ้าง และใบสั่งจ้าง

ในการส่งงานผลิตกับองค์กรภายนอกจะต้องมีการทำใบรายงานขอซื้อวัสดุ/จ้างโดยเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไปส่งไปยังส่วนงานพัสดุกองคลังก่อนและส่วนงานพัสดุจะมีการออกใบสั่งจ้างให้แก่ร้านค้า โรงพิมพ์หรือองค์กรที่รับผลิตงาน ผู้ปฏิบัติงานต้องมีการประสานงานกับเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไปที่รับผิดชอบในการทำใบรายงานก่อนว่ามีการดำเนินการถึงขั้นตอน

ใดแล้ว ในขั้นตอนนี้ผู้ปฏิบัติงานจะทราบว่าจะต้องมีการส่งงานไปผลิตที่ไหนอย่างไร และจะต้องมีการออกใบสั่งจ้างก่อนผู้ปฏิบัติงานจึงสามารถส่งงานออกไปยังโรงพิมพ์ที่ผลิตงานสื่อสิ่งพิมพ์ได้

หน้าที่ 1 จาก 1

ใบสั่งจ้าง
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 พิมพ์ป้ายไวเนล องค์เจท ขนาด 11.3*4 เมตร พร้อมติดตั้ง	1.00 ป้าย	9,800.00	9,800.00
2	2	จ้างเหมา พิมพ์ป้ายไวเนล องค์เจท ขนาด 14.15*2.55 เมตร พร้อมติดตั้ง	1.00 ป้าย	7,500.00	7,500.00
3	3	จ้างเหมา พิมพ์ป้ายไวเนล องค์เจท ขนาด 4.7*2.4 เมตร พร้อมติดตั้ง	1.00 ป้าย	2,900.00	2,900.00
4	4	จ้างเหมา พิมพ์ป้ายไวเนล 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
จำนวน	รวมเป็นเงินทั้งสิ้น	23,750.00 บาท

จำนวนเงิน (**สองหมื่นสามพันเจ็ดร้อยห้าสิบบาทถ้วน **)

(ลงชื่อ) ผู้รับใบสั่งจ้าง (บริษัท ชะปะติไซน์ จำกัด)

(ลงชื่อ) ผู้ออกใบสั่งจ้าง (นายภูเบศร์ แสงปก)

- สิ่งของตามใบสั่งนี้ ทวงกรจะยอมรับเมื่อกรรมการตรวจรับได้ตรวจรับเป็นการถูกต้องแล้ว
- ผู้รับจ้างต้องนำใบสั่งจ้างมาพร้อมกับหลักฐานการส่งของและสิ่งของให้กรรมการตรวจรับด้วย
- ผู้รับจ้างยอมรับจะส่งของในวันที่ 15/8/2023 เมื่อพ้นกำหนดแล้ว ผู้รับจ้างยอมให้ปรับรายวัน (ในอัตราร้อยละ 0.10 แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท) นับถัดจากวันครบกำหนด จนถึงวันที่ผู้รับจ้างได้นำสิ่งของมาส่งให้ผู้ว่าจ้างจนถูกต้องครบถ้วน

(ลงชื่อ) ผู้สั่งจ้าง (นางสาวอำพรณ ไชยวงศ์) หัวหน้าเจ้าหน้าที่พัสดุ

(ลงชื่อ) ผู้รับจ้าง (.....) ผู้จัดการหรือเจ้าของ

ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการ

ภาพประกอบที่ ๑๓๗ ภาพตัวอย่างใบสั่งจ้างของ มทร.ล้านนา

ปัญหา : ที่อาจเกิดขึ้นในขั้นตอนการตรวจสอบ

๑. เมื่อจอแสดงผลที่แตกต่างกันบางครั้งก็ทำให้การแสดงผลที่แตกต่างกันในการส่งงานให้ผู้บังคับบัญชาตรวจสอบอาจมองเห็นสีแตกต่างจากหน้าจอของผู้ปฏิบัติงาน
๒. การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่ขอใช้บริการมีความล่าช้าและอาจมีข้อมูลที่ผิดพลาดเกิดขึ้นได้
๓. การส่งไฟล์งานไปยังร้านที่ผลิตก่อนมีการออกไปสั่งจ้าง อาจมีการยกเลิกงานนั้นและไม่อนุมัติให้ผลิตได้ทำให้ผู้ปฏิบัติงานต้องรับผิดชอบในส่วนค่าใช้จ่ายที่มีการสั่งผลิตก่อน

แนวทางแก้ไขปัญหา :

๑. ผู้ปฏิบัติงานควรมีการพิมพ์งานออกแบบให้สีใกล้เคียงกับที่ต้องการให้มากที่สุด นำเสนอต่อผู้บังคับบัญชาเพราะจะทำให้มีการมองเห็นแบบที่เหมือนกันและไม่เกิดข้อผิดพลาดได้
๒. ผู้ปฏิบัติงานควรประสานงานกับหน่วยงานหรือส่วนงานที่เกี่ยวข้องมีการคิดกรอบการทำงานร่วมกันอยู่ตลอด เพราะงานประจำมีซ้ำแบบเดิมเหมือนกันทุกปี การเตรียมการเป็นสิ่งที่ควรกระทำ ผู้ปฏิบัติงานจึงควรเตรียมการคิดวางแผนไว้ล่วงหน้ามีการเตรียมข้อมูลสำรองและติดตามงาน จะทำให้การดำเนินงานแต่ละขั้นตอนไม่ล่าช้ามีการอัปเดตข้อมูลแบบปัจจุบัน (Real Time)
๓. ผู้ปฏิบัติงานไม่ควรส่งงานผลิตก่อนที่จะมีการออกไปสั่งจ้างจากงานพัสดุ หากเป็นงานที่เร่งด่วนจริงต้องมีการประสานงานกับส่วนงานพัสดุผู้ที่ได้รับผิดชอบว่ามีการดำเนินการเกี่ยวกับงานที่ได้รับผิดชอบหรือยัง หากมีการยืนยันจากเจ้าหน้าที่พัสดุแล้วว่าดำเนินการแล้วจึงสามารถส่งงานไปยังโรงพิมพ์ผู้ผลิตได้

ข้อเสนอแนะ :

ผู้ปฏิบัติงานออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์จะต้องมีการประสานงานกับหน่วยงานที่จัดโครงการที่ขอใช้บริการงานออกแบบและผลิตสื่อ ประสานงานกับเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป โรงพิมพ์ผู้ผลิตงาน และรายงานผู้บังคับบัญชาโดยตลอด เพื่อไม่ให้พลาดข้อมูลใหม่ที่อาจทำให้เกิดข้อผิดพลาดในการดำเนินการผลิตงานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ได้ การประสานงานจำเป็นส่วนสำคัญยิ่ง

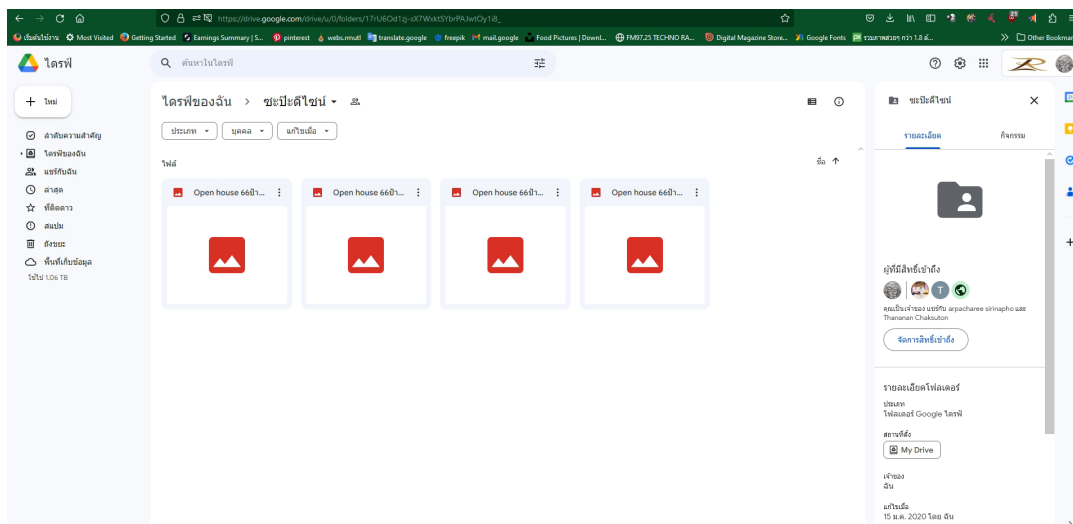
ขั้นตอนที่ ๗ ส่งงานผลิต (Print)

๑. ส่งไฟล์งานให้โรงพิมพ์

ในการส่งงานผลิตสื่อให้กับองค์กรภายนอกหรือโรงงานผู้ผลิต ผู้ปฏิบัติงานจะต้องมีการตรวจสอบไฟล์งานสำหรับส่งพิมพ์อีกครั้ง เพื่อกันข้อผิดพลาดต่าง ๆ ในการตรวจไฟล์งาน ผู้ปฏิบัติงานจะต้องตรวจขนาดของงาน ตรวจค่าสีของไฟล์งานว่าเป็นไฟล์ CMYK เรียบร้อยแล้วและตรวจว่าภาพประกอบและตัวอักษรแต่งตกขอบหรือแตกหรือไม่ เพราะหากส่งผลิตแล้วผู้ปฏิบัติงานจะทำการแก้ไขงานไม่ได้อีก การตรวจสอบก่อนส่งไฟล์จึงเป็นขั้นตอนที่สำคัญ เมื่อผู้ปฏิบัติงานตรวจไฟล์งานที่จะส่งพิมพ์แล้วสามารถส่งไฟล์ไปยังโรงพิมพ์ผู้ผลิตได้ ๒ รูปแบบคือ

๑.๑ **บันทึกงานลงในแฟลตไดฟ์ (USB Flash drive)** แล้วนำส่งโรงพิมพ์ด้วยตนเอง ข้อดีของวิธีนี้คือผู้ปฏิบัติงานสามารถตรวจไฟล์งานหน้าเครื่องคอมพิวเตอร์ของโรงพิมพ์ได้ทันที ข้อเสียคือต้องเสียเวลาในการเดินทางไปยังโรงพิมพ์

๑.๒ **อัปโหลดไฟล์งานขึ้นบนคลาวด์ (Cloud)** พื้นที่ให้บริการออนไลน์ เมื่ออัปโหลดไฟล์งานเสร็จเรียบร้อย ผู้ปฏิบัติงานสามารถส่งลิงก์ให้กับโรงพิมพ์ผู้ผลิตงานได้ทันที ข้อดีของการ อัปโหลดไฟล์งานขึ้นบนคลาวด์ (Cloud) คือไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปยังโรงพิมพ์และสามารถแชร์ไฟล์ให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ด้วย ข้อเสียคือการทำที่ผู้ปฏิบัติงานไม่สามารถตรวจไฟล์งานที่หน้าคอมพิวเตอร์ของโรงพิมพ์ได้

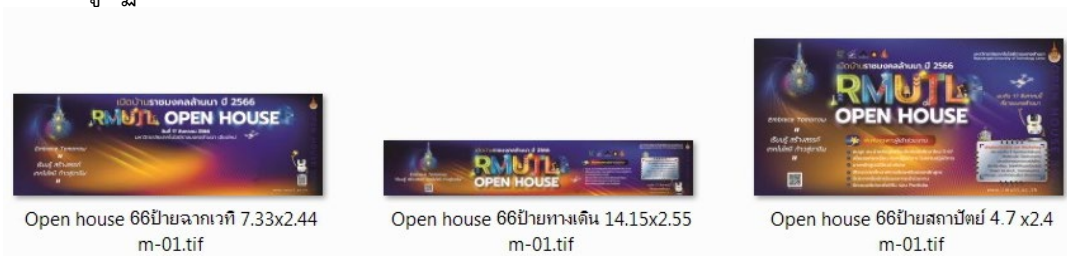


ภาพประกอบที่ ๑๓๘ ภาพตัวอย่างการส่งไฟล์ให้ส่งโรงพิมพ์ผ่านการอัปโหลดไฟล์งานขึ้นบนคลาวด์

๒. ตรวจไฟล์งานที่จะผลิตก่อนผลิตจริงกับโรงพิมพ์ป้าย

เมื่อมีการส่งไฟล์งานไปยังร้านที่ผลิตงานแล้ว ผู้ปฏิบัติงานควรตรวจความเรียบร้อยของไฟล์งานก่อนผลิตจากโรงพิมพ์ที่ผลิตที่เป็นไฟล์งานสำหรับผลิตจากคอมพิวเตอร์สั่งผลิตงานของโรงพิมพ์โดยตรง เพื่อให้งานที่ผลิตออกมาไม่เกิดข้อผิดพลาดขึ้น โดยหากผู้ปฏิบัติงานเดินทางไป

ส่งไฟล์งานที่โรงพิมพ์ให้ผู้ปฏิบัติงานตรวจไฟล์ที่หน้าจอเครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีการส่งพิมพ์งาน โดยตรวจดูความอิมตัวของสีว่าตรงกับความต้องการหรือไม่ มีการตั้งสลับตำแหน่งของภาพและตัวอักษรหรือไม่ และที่สำคัญคือขนาดของงานตรงกับจุดติดตั้งแล้วหรือไม่ และหากผู้ปฏิบัติงานส่งไฟล์งานออนไลน์ให้ผู้ปฏิบัติงานตรวจไฟล์งานจากการให้โรงพิมพ์ส่งรูปและขนาดของไฟล์ก่อนพิมพ์ให้ผู้ปฏิบัติงานได้ตรวจก่อนลงมือผลิตจริง



ภาพประกอบที่ ๑๓๙ ภาพตัวอย่างการตรวจไฟล์งานกับโรงพิมพ์ก่อนการผลิต

๓. ตรวจงานพิมพ์หลังการผลิต

ในขั้นตอนการผลิตงานที่ผ่านการตรวจงานก่อนผลิตและได้ผลิตเสร็จเรียบร้อยแล้ว ส่วนมากขั้นตอนนี้จะเกิดข้อผิดพลาดได้น้อยมากจนถึงไม่มีข้อผิดพลาดเลย แต่ในการตรวจงานที่ทำการผลิตเสร็จแล้วนั้นจะทำให้ผู้ปฏิบัติงานได้ทราบและเห็นสีของงานจริงเปรียบเทียบกับสีที่อยู่บนหน้าจอคอมพิวเตอร์ว่ามีความแตกต่างมากน้อยเพียงใดเพื่อนำไปปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงในการปฏิบัติงานครั้งหน้า จะทำให้ได้งานสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทป้ายไว้นิลที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น



ภาพประกอบที่ ๑๔๐ ภาพตัวอย่างการตรวจไฟล์งานป้ายที่พิมพ์สำเร็จ

ปัญหา : ที่อาจเกิดขึ้นในขั้นตอนการส่งงานผลิต

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

แนวทางแก้ไขปัญหา :

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

ข้อเสนอแนะ :

ผู้ปฏิบัติงานต้องมีการตรวจสอบขนาดและสี ตัวอักษรภาพประกอบในงานออกแบบให้ถี่ถ้วนหลายครั้งก่อนที่จะมีการส่งไฟล์งานไปยังโรงพิมพ์ผู้ผลิต เพราะในบางโรงพิมพ์จะไม่ตรวจไฟล์งานซ้ำให้เพราะต้องการที่จะพิมพ์ตามไฟล์งานของลูกค้าที่ทำมาแบบไหนก็มีการผลิตงานตามนั้น แต่บางโรงพิมพ์อาจมีการตรวจไฟล์ซ้ำอีกครั้งและแจ้งมายังผู้ปฏิบัติงานก่อน ถึงอย่างไรผู้ปฏิบัติงานต้องมีความรอบครอบไว้ก่อนเพื่อป้องกันการผิดพลาดของงาน เมื่อเกิดการผลิตแล้วจะแก้ไขได้ยาก

ขั้นตอนที่ ๘ การเผยแพร่

การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นป้ายไววนิลนั้นจะเป็นการติดตั้งป้ายที่จุดติดตั้งต่าง ๆ ตามที่ได้วางแผนไว้ โดยขั้นตอนการติดตั้งป้ายขนาดใหญ่หรือป้ายบิลบอร์ดจะต้องเป็นช่างที่ชำนาญการ เพราะตำแหน่งป้ายบางจุดมีความสูงเสี่ยงต่อการได้รับอันตรายระหว่างการติดตั้งเป็นอย่างยิ่งหากไม่มีประสบการณ์และความชำนาญอาจเกิดปัญหาขึ้น ผู้ปฏิบัติงานควรมีการวิเคราะห์เกี่ยวกับการติดตั้งงานเอาไว้ก่อนล่วงหน้าแล้วโดยมีลำดับขั้นตอนการปฏิบัติดังนี้

๑. ประสานช่างผู้ติดตั้งป้าย

การกำหนดผู้ติดตั้งงานป้ายนั้นผู้ปฏิบัติงานควรให้โรงพิมพ์ที่ผลิตงานพิมพ์เป็นผู้ติดตั้งงานเพราะเป็นช่างที่มีประสบการณ์และมีความเป็นมืออาชีพมีความความชำนาญการ เมื่อมีการผลิตป้ายไววนิลเรียบร้อยแล้วผู้ปฏิบัติงานควรประสานงานกับช่างผู้ติดตั้งงานป้ายเพื่อบอกรายละเอียดการติดตั้งป้ายและกำหนดจุดติดตั้งให้ชัดเจนให้เรียบร้อย ส่วนงานป้ายที่เป็นป้ายฉลากหลังเวทีผู้ปฏิบัติงานสามารถประสานงานเจ้าหน้าที่อาคารสถานที่ช่วยเหลือในการติดตั้งป้ายให้ได้เพราะเป็นป้ายที่ไม่มีความอันตรายในการติดตั้ง และตำแหน่งติดตั้งไม่สูงหรือใหญ่จนเกินไป

๒. กำหนดวันติดตั้งป้าย

การกำหนดวันติดตั้งป้ายผู้ปฏิบัติงานต้องกำหนดไว้ก่อนวันงาน ซึ่งต้องมีการวิเคราะห์ร่วมกับผู้รับผิดชอบโครงการหรือคณะกรรมการ และวิเคราะห์ตามลักษณะการจัดงานว่าควรติดตั้งป้ายประชาสัมพันธ์ก่อนงานกี่วัน บางกิจกรรมจำเป็นต้องติดก่อนวันจัดกิจกรรม ๑ - ๒ เดือน บางกิจกรรมก็ควรติดก่อน ๑ อาทิตย์ และบางป้ายกิจกรรมควรมีการติดตั้งก่อนวันงาน ๑ วัน และเมื่อติดตั้งเสร็จก็มีการกำหนดวันรื้อถอน บางป้ายมีอายุการติดตั้งเมื่อจัดงานกิจกรรมเสร็จก็สามารถรื้อถอนได้ทันที เช่น ป้ายกิจกรรมโครงการต่าง ๆ บางป้ายสามารถติดตั้งไว้ได้ตลอดทั้งปี เช่น ป้ายยินดีต้อนรับหรือป้ายประชาสัมพันธ์การได้รับรางวัลต่าง ๆ เป็นต้น การระบุวันติดตั้งป้ายที่แน่ชัดจะทำให้โรงพิมพ์ที่ผลิตงานสามารถวางแผนจัดตารางการเข้าติดตั้งงานได้สะดวกและทำให้ดำเนินตามแผนงานได้ทั้งสองฝ่าย

๓. ควบคุมการติดตั้งป้าย

การควบคุมการติดตั้งงานป้ายไววนิล ผู้ปฏิบัติงานควรอยู่ควบคุมงานที่หน้างานเพื่อให้การติดตั้งเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและไม่ให้เกิดปัญหาใด ๆ ขึ้น ในระหว่างการติดตั้งผู้ปฏิบัติงานควรบันทึกภาพขณะติดตั้งและหลังจากติดตั้งเสร็จเพื่อรายงานผลและใช้รูปเพื่อตรวจรับงาน



ภาพประกอบที่ ๑๔๑ ภาพตัวอย่างการควบคุมติดตั้งป้ายใหม่มหาวิทยาลัย



ภาพประกอบที่ ๑๔๒ ภาพตัวอย่างการติดตั้งป้ายประตูสถาบัน



ภาพประกอบที่ ๑๔๓ ภาพตัวอย่างการติดตั้งป้ายใหญ่หน้าทางเดินเข้ามหาวิทยาลัย



ภาพประกอบที่ ๑๔๔ ภาพตัวอย่างการติดตั้งป้ายฉากหลังเวที

ปัญหา : ที่อาจเกิดขึ้นในขั้นตอนการเผยแพร่

๑. เจ้าหน้าที่ทำการติดตั้งป้ายเวทิตัวเองโดยไม่ได้แจ้งทีมงานมืออาชีพแล้วป้ายที่ติดมีการห้อยย้อยเป็นคลื่นทำให้ป้ายไม่ตั้งและไม่สวยงาม
๒. มีการตั้งขนาดของเวทิต่างกับขนาดของป้ายที่ผลิตมาทำให้ไม่สามารถติดตั้งป้ายได้

แนวทางแก้ไขปัญหา :

๑. ป้ายไวเนลที่เป็นเจ้าหน้าที่อาคารสถานที่ติดตั้งบางครั้งอาจมีการติดตั้งไม่สวยงาม เช่น โรงพิมพ์ติดตั้งให้ได้เพราะความชำนาญต่างกันให้ผู้ปฏิบัติงานทำการหาโรงพิมพ์ที่มีบริการติดตั้งให้แล้วเสร็จ เพื่อที่งานจะได้ออกมาสวยงามสมบูรณ์และควบคุมได้ หากมีความจำเป็นในการติดตั้งด้วยตนเองหรือเจ้าหน้าที่ที่ไม่ชำนาญให้มีการร้องขอผู้ปฏิบัติงานท่านอื่นมาช่วยเหลือในการติดตั้ง และหากมีป้ายที่ซึ่งไม่ตั้งตรงส่วนไหนให้ใช้แม็กซิงค์เข้าช่วยแต่ละจุด

๒. หากมีการตั้งขนาดของเวทิต่างกับขนาดของป้ายที่ผลิตมาทำให้ไม่สามารถติดตั้งป้ายฉากเกิดขึ้นจะมี ๒ ลักษณะ คือฉากเล็กกว่าป้ายไวเนล และฉากใหญ่กว่าป้ายไวเนล ในกรณีที่ฉากเล็กกว่าผู้ปฏิบัติงานสามารถร้องขอให้ฝ่ายอาคารสถานที่เพิ่มฉากให้เท่ากับป้ายได้เพราะขั้นตอนไม่ยุ่งยากเท่ากับการตั้งฉากเวทิตัวใหญ่กว่าป้ายไวเนล เพราะฉากเวทิตัวมีการล็อกและวางสลักค้ำเวทิตัวเข้าด้วยกันหากมีการรื้อจะทำได้ยากและทำให้เสียเวลามากผู้ปฏิบัติงานควรทำการติดป้ายให้อยู่ตรงกลางของฉากเวทิตัวแล้วทำการตกแต่งด้วยผ้าสีเดียวกันกับที่ใช้ระบายนรอบพื้นฉากเวทิตัว จะทำให้ป้ายฉากเวทิตัวมีลูกเล่นเพิ่มขึ้นอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ :

ในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทป้ายไวเนลนั้นเป็นการติดตั้งตามจุดต่าง ๆ ที่ได้วางแผนไว้ ผู้ปฏิบัติงานควรมีการอยู่ดูแลและควบคุมงานให้ครบทั้งกระบวนการจนกว่าจะมีการติดตั้งเสร็จ เพราะหากมีข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นหน้างานผู้ปฏิบัติงานจะสามารถแก้ไขได้ทันเวลาก่อนที่จะมีการจัดกิจกรรมขึ้น

บรรณานุกรม

- ราชบัณฑิตยสถาน. (๒๕๕๑). *การคิดรวบยอด หรือ มโนทัศน์* (น.๘๓)
- Dabner, Stewart, Zempel. (๒๐๑๕). ผู้แปล จุติพงศ์ ภูสุมาศและสุวิสา แซ่อึ้ง. *Graphic Design School*. นนบุรี : ไอทีซี, ๒๕๒๘
- นางสาวอัญมณี สัจจาสัย.(๒๕๖๔). *ความหลากหลายทางเพศ เพศสภาพ เพศทางเลือก*. (น.๒.)
- สิทธิศักดิ์ บุญมั่น และวิชัย ตาดโรสงค์.(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://krittayakorn.wordpress.com/category/elements-of-art/](https://th.wikipedia.org/wiki/ดรอ.สุชาติ วงษ์ทอง. (๒๕๔๖). จุด (Dot). คณะทัศนศิลป์, ม.๔-ม.๖. กรุงเทพฯ. Elements of Art. (๒๐๑๓). ลักษณะของเส้น. สืบค้นจาก <a href=)
- อนัน วาโษะ. (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 ๒๕๕๙
ประสบการณ์ทำงาน	พ.ศ. ๒๕๕๙ - พ.ศ. ๒๕๕๑ ตำแหน่ง : Graphig Design หน่วยงาน : หจก.กราฟิกเฮาส์ พ.ศ. ๒๕๕๑ - พ.ศ. ๒๕๕๗ ตำแหน่ง : Graphig Design & Designer หน่วยงาน : บริษัทชินวัตรโฮมส์โตร์ พ.ศ. ๒๕๕๗ - ปัจจุบัน ตำแหน่ง : นักประชาสัมพันธ์ หน่วยงาน : งานบริหารและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ กองประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา