

การออกแบบเลขศิลป์สำหรับโครงการรณรงค์ป้องกันอัคคีภัย  
GRAPHIC DESIGN FOR FIRE - PREVENTION CAMPAING

โดย  
นายธนวัฒน์ คอคหวาน



ศิลปนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ศิลปกรรมศาสตร์

ภาควิชาออกแบบนิเทศศิลป์

คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

พ.ศ. 2526

วิชาศิลปะ  
ทาม  
นำออกนอกห้องสมุด

คณะมนตรีศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
อนุมัติให้บัณฑิตบัณฑิตฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาตรี  
ภาควิชาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะมนตรีศิลป์  
มหาวิทยาลัยศิลปากร

คณบดีคณะมนตรีศิลป์

( อาจารย์ จักร ศิริพานิช )

คณะกรรมการตรวจศิลปนิพนธ์

( ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พรรณเพ็ญ ฉายปรีชา )

( ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มาโนช กงกะนันทน์ )

( อาจารย์ นิพนธ์ ศรีตะโกมล )

( อาจารย์ เป็รื่อง เปลี่ยนสายสืบ )

( อาจารย์ บัณฑิต ผดุงวิเชียร )

*Wim Jinn*  
----- กรรมการ  
( ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชัยนันท ชะอุ่มงาม )

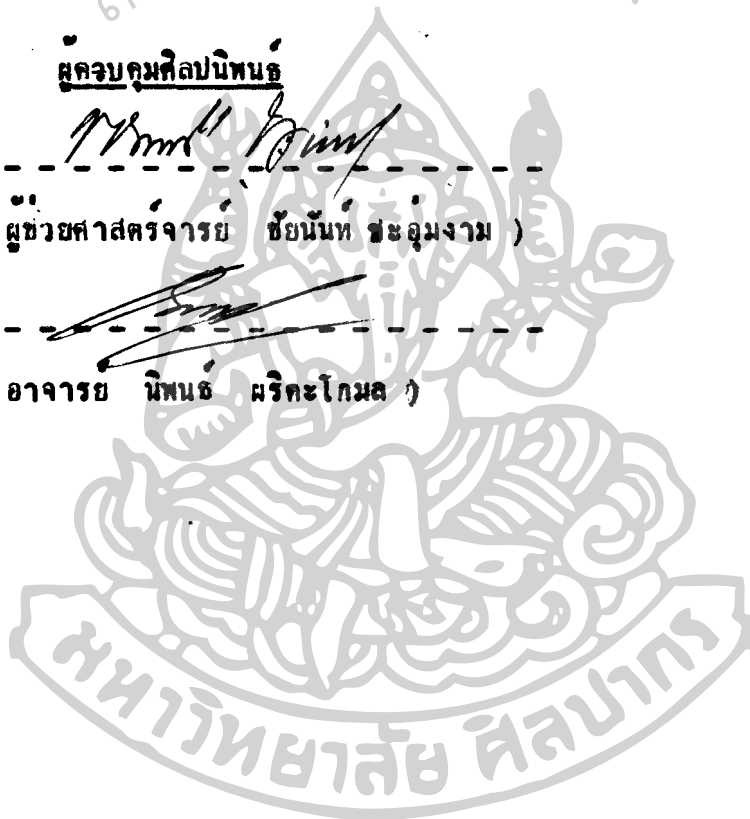
*โสภณี ภาวดี*  
----- กรรมการ  
( อาจารย์ โสภณี ภาวดี )

*นพคุณ ฤทธิมนต์*  
----- กรรมการ/เลขานุการ  
( อาจารย์ นพคุณ ฤทธิมนต์ )

ผู้ควบคุมศิลปนิพนธ์

*Wim Jinn*  
-----  
( ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชัยนันท ชะอุ่มงาม )

*นิพนธ์ ตรีโกมล*  
-----  
( อาจารย์ นิพนธ์ ตรีโกมล )



ภาควิชาออกแบบนิเทศศิลป์

คณะนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ชื่อนักศึกษา นาย นพรัตน์ กอกหวาน

อาจารย์ผู้ควบคุมศิลปนิพนธ์

ผศ. ชัยนันท์ ชะอุ่มงาม

วันที่เสนอโครงการ 13 มิถุนายน 2526

### โครงการศิลปนิพนธ์

#### 1. หัวข้อที่จะทำการศึกษา

โครงการออกแบบเลขศิลป์สำหรับโครงการรณรงค์ป้องกันอัคคีภัย

GRAPHIC DESIGN FOR FIRE - PREVENTION CAMPAIGN

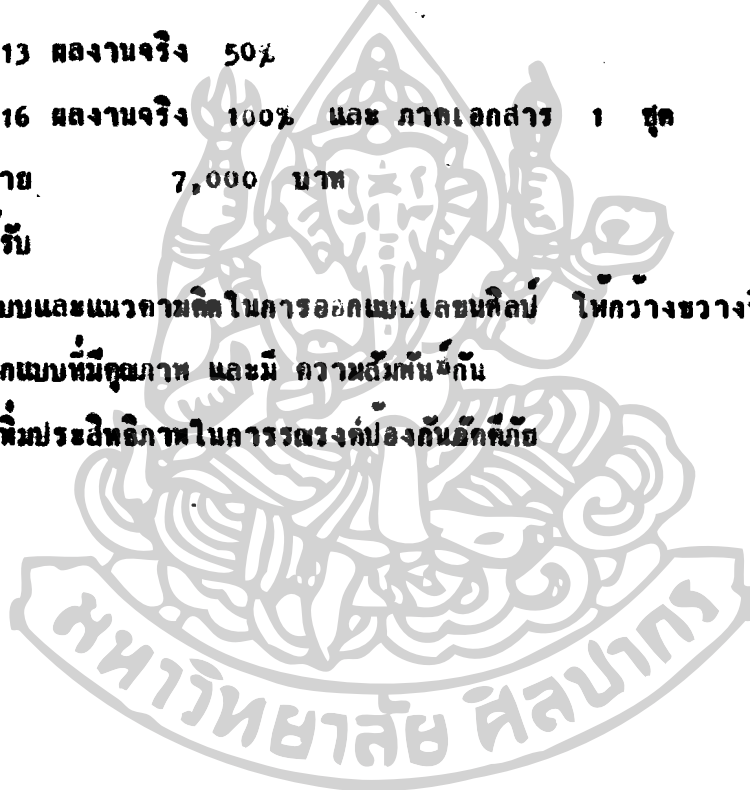
2. วัตถุประสงค์
1. เพื่อเสนอแนวความคิดเกี่ยวกับการรณรงค์ ให้หลากหลายและกว้างขวางขึ้น
  2. เพื่อออกแบบเลขศิลป์ ที่มีคุณภาพ, มีความสัมพันธ์กัน และความเหมาะสม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการรณรงค์
  3. เพื่อชี้ให้เห็นถึงอันตรายของอัคคีภัย, ขณะเดียวกันก็เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจ ในการป้องกันและระงับอัคคีภัย, ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น
  4. เพื่อกระตุ้นให้สังคมเห็นคุณค่าและยอมรับถึงความสำคัญของการออกแบบเลขศิลป์ อย่างมีระบบ

#### 3. ขอบเขตของการศึกษา

1. รูปสัญลักษณ์ ( LOGO TYPE ) ของโครงการ
2. ภาพโฆษณา ( POSTER ) ขนาด 21 / 30 นิ้ว จำนวน 3 แบบ
3. ภาพโฆษณาข้างรถโดยสารประจำทาง ( BUS SIDE ) จำนวน 1 แบบ
4. แผ่นพับ ( BROCHURE )

#### 4. แผนดำเนินงานที่แสดงขั้นตอนในการศึกษา

1. ศึกษา, รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับอักษกัณฑ์ ตลอดจนการรณรงค์ป้องกันฯ ที่ผ่านมา
  2. วิเคราะห์รูปแบบความคิดในการรณรงค์ ป้องกันอักษกัณฑ์ ที่จะจัดทำ
  3. ศึกษาแนวทางการออกแบบ ของงานแต่ละชิ้น เพื่อนำมาประยุกต์ เป็นแนวทางในการสร้างสรรค์งานออกแบบที่จะจัดทำ
  4. จัดทำแบบร่างหลาย ๆ แบบ เพื่อหารูปแบบที่เหมาะสม
  5. จัดทำงานออกแบบที่ใช้ในงานจริง
5. ระยะเวลาของขั้นตอนในการศึกษา
- สัปดาห์ที่ 2-4 รวบรวมข้อมูลและแนวความคิดในการออกแบบโดยเสนอในรูปแบบ PREMINARY SKETCH
  - สัปดาห์ที่ 6-9 เสนอแนวความคิดที่แน่นอนคือแบบร่างที่พร้อมจะทำงานจริง
  - สัปดาห์ที่ 11-13 ผลงานจริง 50%
  - สัปดาห์ที่ 15-16 ผลงานจริง 100% และ ภาคเอกสาร 1 ชุด
6. ประมาณค่าใช้จ่าย 7,000 บาท
7. ผลที่คาดว่าจะได้รับ
1. พัฒนารูปแบบและแนวความคิดในการออกแบบเลขศิลป์ ให้กว้างขวางขึ้น
  2. ได้งานออกแบบที่มีคุณภาพ และมี ความสัมพันธ์กัน
  3. สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการรณรงค์ป้องกันอักษกัณฑ์



หัวข้อศิลปนิพนธ์ "การออกแบบเลขศิลป์สำหรับโครงการพระราชดำริป้องกันอักษรรูขี้เฒ่า"

ชื่อนักศึกษา นายพรศิม กอกหวาน

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชัยนันท์ ชะอุ่มงาม

อาจารย์ นิพนธ์ ศรีตะโกมล

ภาควิชาศิลปะศิลป ปีการศึกษา 2526

บทคัดย่อ

โครงการศิลปนิพนธ์ฉบับนี้ เริ่มต้นจากความสนใจในปัญหาอักษรรูขี้เฒ่าที่เกิดขึ้นชุกชุม ในกรุงเทพมหานคร กับแนวความคิดของนักศึกษาที่โครงการให้ศิลปการออกแบบโดยเฉพาะ การออกแบบเลขศิลป์มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์สังคม ขณะเดียวกันก็ต้องการให้สังคมยอมรับ และเห็นคุณค่าของศิลปแขนงนี้ด้วย

ในขั้นต้นของโครงการผู้จัดทำทำการค้นคว้า, รวบรวมและวิเคราะห์ ข้อมูลเกี่ยวกับอักษรรูขี้เฒ่าในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค, ข้อมูลเกี่ยวกับการโฆษณา, ข้อมูลเกี่ยวกับศิลปการออกแบบ ตลอดจนปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ในที่สุดก็สรุปแนวทาง ของโครงการนี้ว่า จะเน้นถึงปัญหาอักษรรูขี้เฒ่าที่เกิดขึ้นจากความประมาทและจะใช้เลขศิลป์ สิ่งพิมพ์เป็นตัวสื่อความหมาย ซึ่งในรายละเอียดมีการคิดค้นแนวความคิดหลัก, การคิดคำขวัญ การคิดคำพูดในสื่อต่างๆ ตลอดจนการเลือกใช้สื่อชนิดต่างๆ ด้วย

สำหรับการออกแบบ ซึ่งประกอบด้วย สัญลักษณ์, แผนภาพโฆษณาหรือโปสเตอร์ แผ่นพับ และแผนภาพโฆษณาข้างรถประจำทาง ได้เน้นถึงการออกแบบที่มีเรื่องราว และความหมายที่สมบูรณ์ในตัวมันเองของสื่อแต่ละอย่าง ขณะเดียวกันก็มีความต่อเนื่อง สัมพันธ์ซึ่งกันและกัน และที่สำคัญคือพยายามให้สื่อต่างๆ สื่อความหมายของแนวความคิด ของโครงการพระราชดำริป้องกันอักษรรูขี้เฒ่าให้สมบูรณ์และได้ผลมากที่สุด

## บทนำ

ปัจจุบันนี้สังคมเราโดยเฉพาะกรุงเทพมหานครโดยอาศัยตัวเคเบิลโคชินอย่างรวดเร็วในทุกๆ ด้าน เช่น การเพิ่มของประชากร การขยายตัวของชุมชน การขยายตัวทางเศรษฐกิจ การนำมาและพัฒนาซึ่งเทคโนโลยีใหม่ๆ เป็นต้น การขยายตัวอย่างรวดเร็วดังกล่าวนี้ บางอย่างเป็นไปอย่างมีระเบียบ แต่บางอย่างก็ไร้ระเบียบ หลายๆ ส่วนเสริมสร้างสังคมเราให้เจริญก้าวหน้าขึ้น เช่น ชุมชนขยายตัวออกไปกว้างขวาง ตึกรามถูกสร้างขึ้นอย่างใหญ่โต การสื่อสารคมนาคมรวดเร็ว และทันสมัย โรงงานอุตสาหกรรมเกิดขึ้นมากมาย เศรษฐกิจขยายตัวมีการแข่งขันกันมากขึ้น เป็นต้น แต่ขณะเดียวกันก็มีปัญหาเกิดขึ้นมากมายตามมาด้วย เช่น เกิดชุมชนแออัดการจราจรติดขัด การว่างงาน ศิลธรรมเสื่อมลงในขณะที่อาชญากรรมเพิ่มขึ้น สวัสดิภาพและความปลอดภัยของคนในสังคมลดลง ฯลฯ

ในกระบวนการที่เกิดขึ้นมากมายนี้ ปัญหาอัครศึกษา เป็นปัญหาหนึ่งที่สังคมกำลังประสบอยู่ เรามักจะได้ยินชาวบอชๆ ว่า เกิดอัครศึกษาในชุมชนแออัด เผาผลาญบ้านเรือนประชาชนไปเป็นจำนวนนับร้อยหลังคาเรือนเกิดอัครศึกษาในตึกอาคารสูงๆ โดยที่เจ้าหน้าที่ไม่สามารถขึ้นไปดับเพลิงได้ เพราะขาดอุปกรณ์ เป็นต้น, เมื่อเกิดอัครศึกษาแต่ละครั้งได้นำความสูญเสียทั้งชีวิตและทรัพย์สินจำนวนมาก แล้วยังส่งผลกระทบไปยังส่วนอื่นของสังคมอีกมากมาย ที่สำคัญปัญหาอัครศึกษาได้ทำลายสวัสดิภาพและความปลอดภัยของสังคมซึ่ง นับวันจะมีผู้นอนหลับใหลลงไปอีก

หลายๆ ฝ่ายได้ตระหนักถึงปัญหาและอันตรายจากอัคคีภัย ได้ลงมือดำเนินการขจัด, ป้องกันในทุกทางอย่างหนักและตลอดมา แต่ก็ไม้อาจกล่าวได้เลยว่าประสบผลสำเร็จ เพราะสถิติของอัคคีภัยและอัตราการสูญเสีย ยังคงเพิ่มขึ้นทุกๆ ปี ในบางส่วนของอุปสรรคต่างๆ นั้น อาจเป็นเพราะการประชาสัมพันธ์ยังไม่พอและขาดประสิทธิภาพ ด้วยความสนใจในปัญหาอัคคีภัยประกอบกับมีความกึกก้องการให้ศิลปินออกแบบได้มีส่วนช่วยเหลือสังคมให้กว้างขวางขึ้น ข้าพเจ้าจึงจัดทำศิลปินพันธ์ "ศิลปินออกแบบเล่นศิลป์สำหรับโครงการรณรงค์ป้องกันอัคคีภัย" นี้ขึ้นมาเพื่อหาแนวความคิดใหม่ๆ มาเสริมสร้างการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการรณรงค์ป้องกันอัคคีภัย

ข้าพเจ้าหวังว่าศิลปินพันธ์โครงการนี้คงจะมีส่วนเพิ่มพูนแนวทางในการรณรงค์ป้องกันอัคคีภัยให้กว้างขวาง, หลากหลายและประสบผลสำเร็จมากขึ้น เพื่อก่อประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวมและขณะเดียวกันข้าพเจ้าก็หวังว่าจะมีส่วนทำให้สังคม ยอมรับและเห็นความสำคัญของศิลปินออกแบบมากขึ้นด้วย





## กิตติกรรมประกาศ

ศิลปนิพนธ์นี้จะสำเร็จลงไม่ได้ถ้าไม่ได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลเหล่านี้  
ซึ่งจะขอกล่าวานามและขอบคุณมา ณ ที่นี้ด้วย

สำนักหอสมุดกลาง

1. ศศ. ชัยนันท์ ชะอุ่มงาม

2. อาจารย์นิพนธ์ ศรีตะโกมล

3. คุณพนัส รัตรังษี

4. เจ้าหน้าที่แผนกวิชาการ กองتبเพลิง กรมตำรวจ

5. เจ้าหน้าที่ สดำนดับเพลิงบางโพ



## สารบัญ

<u>อัตรารายของอัครศึกษา</u> .....	1
สาเหตุของอัครศึกษา.....	4
สถิติเพลิงไหม้ในรอบ 5 ปี.....	6
การดำเนินการป้องกันอัครศึกษาโดยทั่วไป.....	11
<u>หลักการโฆษณาโดยทั่วไป</u> .....	13
วิวัฒนาการของการโฆษณา.....	14
ขั้นตอนในการวางแผนโฆษณา.....	17
การสำรวจข้อมูล.....	17
การวางแผนความคิดหลัก.....	18
<u>การวางแผนโฆษณาของโครงการรณรงค์ป้องกันอัครศึกษา</u> .....	22
การศึกษาปัญหาอัครศึกษา.....	23
การรณรงค์ป้องกันฯ ที่ผ่านมา.....	24
แนวความคิดหลัก.....	25
สื่อโฆษณาที่ใช้ในการรณรงค์.....	26
<u>การออกแบบ เลขศิลป์ของโครงการฯ</u> .....	28
การออกแบบสัญลักษณ์.....	29
การออกแบบแคชชั่น.....	30
การออกแบบโปสเตอร์.....	31
การออกแบบโฆษณาข้างรถประจำทาง.....	34
<u>ปัญหาและการแก้ไข</u> .....	35
<u>ภาพประกอบ</u> .....	37
เลขศิลป์เกี่ยวกับการป้องกันอัครศึกษาที่เคยมีมา.....	37
เลขศิลป์สิ่งพิมพ์ของโครงการรณรงค์ป้องกันอัครศึกษา (ที่ออกแบบขึ้นใหม่).....	43

สำนักหอสมุดกลาง

อินทราขของอัครกษ



มหาวิทยาลัย ศิลปากร

### ภยันตรายจากอัคคีภัย

ในขณะที่สังคมเราเจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วนั้น ภยันตรายต่างๆ ก็ก่อเกิดขึ้นในสังคมเราอย่างมากมาหลายรูปแบบ โดยอาศัยเงื่อนไขหลายอย่างของสังคม เช่น การเพิ่มขึ้นของประชากร, การขยายตัวอย่างรวดเร็วแก่ไรระเบียนของชุมชน, ปัญหาศีลธรรมและวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป ฯลฯ

ภยันตรายจากอัคคีภัย เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ถูกจัดว่าเป็นอันตรายต่อสังคมในอันดับสูง มันไค้นำความสูญเสียมาสู่สังคมมากมายหลายด้าน และนับวันจะสูงขึ้นๆ, ภยันตรายจากอัคคีภัยพอสรุปได้ดังนี้

#### ก. อันตรายต่อชีวิต เช่น

- สูญเสียชีวิต, ในปี 2523 มีประชาชนเสียชีวิตจากเหตุเพลิงไหม้ 52 คน
- บาดเจ็บ พิการ, ในปี 2522 มีประชาชน 370 คน
- สูญเสียกำลังใจและความเชื่อมั่น

#### ข. อันตรายต่อทรัพย์สิน เช่น

- ไรที่อยู่อาศัย
- ทรัพย์สินอื่นๆ เสียหาย
- สูญเสียสถานที่ประกอบอาชีพ

ค. ผลเสียหายในทางธุรกิจการค้า

- ชขาดลูกค้า
- ชขาดทุนหมุนเวียน
- ชขาดกำไรจากสินค้าที่ผลิตแล้ว
- ชขาดความเชื่อถือนักผู้ถือหุ้น
- ชขาดเครดิต
- ชขาด GOOD WILL ในหมู่ลูกค้า ลูกจ้าง และสังคม
- ชขาดคนที่ฝึกงานไว้แล้ว เพราะไปทำงานอื่นทำ
- ชขาดผลกำไรที่ควรได้จากการโฆษณาที่ได้อิงลงทุนไปแล้ว
- ชขาดค่าเช่า ที่จะได้จากผู้เช่า
- ชขาดประโยชน์ที่ได้จากสินค้าที่จดทะเบียน และเครื่องหมายการค้า
- ชขาดผลงานที่จะได้จากการว่าจ้างหัวหน้างานไว้ประจำ ระหว่างที่ตองปิดกิจการ
- เสียค่าจ้างในการรื้อสิ่งสลักหักพัง
- เสียค่าเช่าที่พัก เก็บกองของชั่วคราว
- เสียค่าก่อสร้าง อาคาร โรงงาน และเปลี่ยนแปลง ปรับปรุง  
เครื่องใช้ในระบบการผลิตใหม่ ฯลฯ

ง. ผลเสียหายต่อชุมชน

- รัฐบาลขาดรายได้จากภาษี
- เพิ่มภาระแก่รัฐบาลในด้านดูแลสวัสดิการ
- ชขาดตลาดแรงงาน
- ผู้ขายส่งวัตถุดิบ ชขาดตลาด

ฯลฯ

สาเหตุของอัคคีภัย

สาเหตุที่ทำให้เกิดอัคคีภัยขึ้นเสมอๆ อาจจำแนกสาเหตุได้ดังนี้

1. เพลิงไหม้ปล่องไฟเนื่องจากการแตกร้าว มีความร้อนรั่วไหลออกมาหรือการสะสมเขม่าภายในปล่องโดยมิได้ดูแลทำความสะอาดเป็นประจำ
2. หลุดไฟจากปล่องไฟ ลอยไปตกบนสิ่งที่เป็นเชื้อเพลิงที่อาจลุกไหม้ได้ง่าย
3. อุปกรณ์หรือเครื่องกำเนิดความร้อนเกิดชำรุดหรือปล่อยไว้นานจนจัด
4. กองสุมเชื้อเพลิง เช่น ถ่านหรือไม้ทิ้งไว้ใกล้กับแหล่งกำเนิดความร้อน
5. ใช้ตะเกียง, เทียน, สิ่งที่มีเปลวไฟ หรือสิ่งที่มีประกายไฟโดยความประมาทหรือไม่ระมัดระวัง
6. เฝ้าด้านที่ยังกั้นไม้เส้นซากตกเรี่ยราดอยู่
7. สุ่มบุหรี่ และจุดไม้ขีดไฟ แล้วทิ้งทิ้งๆ ทิ้งยังไม่ดับโดยไม่เลือกที่หรือปราศจากความระมัดระวัง
8. ปล่อยให้เด็กเล่นไฟ
9. ประมาทหรือไม่ปฏิบัติตามกฎแห่งความปลอดภัยในการใช้ไฟฟ้า
10. อุบัติเหตุต่างๆ จากการใช้ไฟฟ้า เช่น การอาร์คไฟฟ้า การลัดวงจร การใช้ไฟเกินกำลัง หรือ การสะสมไฟฟ้าสถิต
11. ใช้เชื้อเพลิงเหลวในทางที่ผิด เช่น ใช้ชักแห้งเสื้อผ้า หรือใช้เป็นน้ำมันสำหรับก่อจุดไฟในการหุงต้มอาหาร
12. ทำการคักเชื่อมโลหะด้วยก๊าซ หรือไฟฟ้า โดยไม่ระวังเกิดลูกไฟกระเด็นไปตกคุุใหม่อยู่
13. เกิดอุบัติเหตุการแตกรั่วของเตาน้ำมัน หรือใช้เครื่องเป่าพ่นความร้อนจากไอน้ำโดยไม่ระมัดระวัง
14. อุบัติเหตุเกิดจากการแตกรั่ว ของท่อก๊าซที่ใช้ในการหุงต้มอาหาร หรือก๊าซที่เป็นเชื้อเพลิงอื่นๆ รวมทั้งการไม่ปฏิบัติตามระเบียบแห่งความปลอดภัยว่าด้วยการเก็บรักษาการขนถ่าย และการเติมก๊าซนั้นๆ ด้วย

15. การเคี้ยวไขมัน หรือน้ำมันพืช น้ำมันจากไขสัตว์ รวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่กลั่นแยกจากน้ำมันปิโตรเลียมความร้อนจัด ทำให้เกิดไอไขมันที่จะจุดติดขึ้นมาได้
16. การสันดาปเอง หรือการลุกไหม้ขึ้นได้เองของสารเคมีบางชนิด
17. อนุสปีด ในเวลาวิพายุหรือฝนตกหนัก
18. ประกายไฟจากการขัดสีของเครื่องจักรกล ที่ขาดระบบหล่อลื่นหรือการเฉียดระในโลหะต่างๆ
19. การระเบิดของไอผสมน้ำมัน ก๊าซที่ติดไฟได้ และการระเบิดของผงคาร์บอนต่างๆ ในโรงงานอุตสาหกรรมบางประเภท เช่น โรงปั้นนูนเป็นต้น
20. การติดค้อลูกกลมจากอ็อกซิเจน จากการพาความร้อน การนำความร้อน การส่งรังสีความร้อนและอุกไฟที่ลอยไปตกดูไหม้ขึ้น
21. สาเหตุอื่นๆ ที่ยังไม่แน่ชัดอีกเป็นจำนวนมาก



สำนักหอสมุดกลาง





## สถิติของเพลิงไหม้

### ส่วนกลาง(กรุงเทพฯ)

สถิติเพลิงไหม้ ระหว่าง 1 มค. - 31 ธค. 2525

#### 1. สถิติอัคคีภัย

- อัคคีภัยรายใหญ่	78	ราย
- อัคคีภัยรายเล็ก	709	ราย
รวม	787	ราย

#### 2. สาเหตุแห่งอัคคีภัย

- ประมาท	182	ราย
- ลุบติดเหตุ	118	ราย
- จางเพลิง	1	ราย
- ไมทราบสาเหตุ	486	ราย

สามารถแยกรายละเอียดได้ดังนี้

- จางเพลิง	1	ราย
- ไฟฟ้าลัดวงจร	30	ราย
- หุงต้มอาหารคั่วไฟในเตาไมสนิก	1	ราย
- สายไฟรytonคและรอนๆลัดวงจร	47	ราย
- ประชาชนทิ้งกานูหรี	34	ราย
- ดึงแก๊สระเบิดเกิดลุกลไหมขึ้น	11	ราย
- รytonคชนกันเกิดลุกลไหม	3	ราย
- จุดธูปเทียนบูชาพระทิ้งไว	4	ราย
- เผาขยะและหยูานหง	170	ราย
- ไมทราบสาเหตุการกระทำ	486	ราย

### 3. สิ่งที่ถูกเพลิงไหม้

3.1	ตึกแถวห้องแถว	113	ครั้ง
3.2	บ้านพักอาศัย	89	ครั้ง
3.3	สถานที่ราชการ	10	ครั้ง
3.4	วัด	3	ครั้ง
3.5	โรงแรมรีสอร์ท	1	ครั้ง
3.6	โรงงานอุตสาหกรรม	41	ครั้ง
3.7	โรงเรียน	6	ครั้ง
3.8	โรงแรม	1	ครั้ง
3.9	โกดัง	8	ครั้ง
3.10	สถานพยาบาล	2	ครั้ง
3.11	ยานพาหนะ	71	ครั้ง
3.12	อุปกรณ์ไฟฟ้า	31	ครั้ง
3.13	ของใช้	57	ครั้ง
3.14	สิ่งเหลือใช้อื่นๆ และพยานหลักฐาน	354	ครั้ง

### 4. ความเสียหาย

ทรัพย์สินได้รับความเสียหายประมาณ 279,398,747 บาท

### 5. ประชาชนได้รับอันตราย

- ศาอ 6 คน
- บาดเจ็บสาหัส 8 คน
- บาดเจ็บเล็กน้อย 4 คน

### 6. เจ้าหน้าที่ได้รับอันตราย

- ศาอ 1 คน
- บาดเจ็บสาหัส 6 คน
- บาดเจ็บเล็กน้อย 7 คน

ระยะเวลาในช่วง 2 ชั่วโมงที่เกิดเพลิงไหม้มากที่สุดคือ

เวลา 14.00 น. - 16.00 น.

ค่าเสียหายประมาณ 65,513,450 บาท

สาเหตุเพราะเจ้าของบ้านออกนอกบ้านไปประกอบธุรกิจ และไม่มีผู้ดูแล

## สำนักหอสมุดกลาง

### ส่วนภูมิภาค

สถิติระหว่าง 1 ม.ค. - 31 ธ.ค. 2525

#### 1. สถิติอักษรกิจ

- อักษรกิจรายใหญ่	18	ราย
- อักษรกิจรายเล็ก	89	ราย
รวม	107	ราย

#### 2. สาเหตุแห่งอักษรกิจ

- ประมาณ	15	ราย
- อุบัติเหตุ	17	ราย
- วางเพลิง	32	ราย
- ไฟป่าลาม	5	ราย
- โมทรานสาเหตุ	38	ราย

#### 3. ความเสียหาย

- ทรัพย์สินเสียหายประมาณ	110,334,174	บาท
- ประชาชนตาย	1	คน
- บาดเจ็บสาหัส	1	คน
- บาดเจ็บเล็กน้อย	2	คน

ในระยะเวลา 2 ชั่วโมง ที่เกิดเพลิงไหม้มากที่สุด คือ

เวลา 20.00 น. - 22.00 น.

ค่าเสียหายประมาณ 1,683,735 บาท

สาเหตุเนื่องจากการลอบวางเพลิง เป็นส่วนใหญ่

สำนักหอสมุดกลาง

สรุปสถิติเพลิงไหม้ทั่วราชอาณาจักร

ประจำปี 2525

1. เพลิงไหม้เฉลี่ยวันละ 2 ครั้ง
2. ค่าเสียหายประมาณวันละ 16,851,100 บาท



สถิติเชิงใหม่ ส่วนกลาง ในรอบ ๕ ปี

กรุงเทพมหานคร - ๒๕๒๕

ปี	ประเภท	สาขา	สาขา	สาขา	ผู้ดองทำ	ความเสียหาย					สิ่งที่ถูกเพลิงไหม้																				
						มูลค่า	คิดเป็นเงินประมาณบาท	ปริมาณ	ประเภท	จำนวน	สิ่งปลูกสร้าง	สิ่งของ	ยานพาหนะ	สิ่งมีค่า	สิ่งอื่น ๆ	สิ่งปลูกสร้าง	สิ่งของ	ยานพาหนะ	สิ่งมีค่า	สิ่งอื่น ๆ											
๒๕๒๕	๒๕๒๕	๑๒๕	๑๒๕	๑๒๕	๑๒๕	๑๒๕	๑๒๕	๑๒๕	๑๒๕	๑๒๕	๑๒๕	๑๒๕	๑๒๕	๑๒๕	๑๒๕	๑๒๕	๑๒๕	๑๒๕	๑๒๕	๑๒๕	๑๒๕	๑๒๕	๑๒๕	๑๒๕	๑๒๕	๑๒๕	๑๒๕	๑๒๕	๑๒๕		
๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	
๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕
๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕	๑๒๕๒๕

พ.ศ.๒๕๒๕  
(เพิ่มสถิติ หมายเหตุ)  
ททบ. วิจัยและสถิติ  
พ.ศ.๒๕๒๕

พ.ศ.๒๕๒๕  
(จำลอง กุญแจสิทธิ์)  
ททบ. วิจัยและสถิติ  
พ.ศ.๒๕๒๕

สถิติเพลิงไหม้ ส่วนภูมิภาค ในรอบ ๕ ปี  
 กรุงเทพฯ - ๒๕๒๓ - ๒๕๒๗

ประเภท	สา.เทศ	ผู้ต้องหา	ความเสียหาย	สิ่งถูกเพลิงไหม้				ครั้ง																	
				ประเภท	จำนวน	มูลค่า	จำนวน																		
จำนวนเพลิงไหม้	เพลิงไหม้รายใหญ่	เพลิงไหม้รายเล็ก	ประมาณ	อุ้มกักเหตุ	วางเพลิง	ไม่ทราบสาเหตุ	ไม่มีกำลัง	ไทย	ต่างดาว	ไม่ใ้แก่ผู้ต้องหา	คิดเป็นเงิน	ประมาณ	บาท	ตาย	บาดเจ็บ	สูญหาย	สิ่งถูกเพลิงไหม้	ครั้ง							
																			บาดเจ็บสาหัส	บาดเจ็บเล็กน้อย	ตาย	บาดเจ็บสาหัส	บาดเจ็บเล็กน้อย	คอกแถว - หองแถว	อาคารบ้านเรือน

พ.ศ.ก. (เพิ่มสถิติ ในหัวข้อ)  
 หนบ. วิจัยและสถิติ

พ.ศ.ท. (จำลอง ศพละสิ่งท)  
 หนบ. วิจัยและสถิติ

## การดำเนินการป้องกันอัคคีภัย

แม้ว่าเราจะมีเจ้าหน้าที่ดับเพลิง ที่พร้อมที่จะปฏิบัติการตลอด 24 ชั่วโมงก็ตาม แต่สถิติเพลิงไหม้ก็ไม่ได้ลดลงเลย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ เจ้าหน้าที่ที่มีจำนวนน้อยไม่สอดคล้องกับการขยายตัวของสังคม, สภาพสังคมที่เอื้ออำนวยให้เกิดอัคคีภัย เช่น ชุมชนแออัด อีกประการหนึ่งก็คือการดับเพลิงเป็นการแก้ปัญหาอัคคีภัยในช่วงปลายสุด ซึ่งแน่นอนว่าจะต้องมีความเสียหายเกิดขึ้นแล้ว

"การป้องกัน" นับเป็นการแก้ปัญหาที่ต้นเหตุ และเป็นหนทางที่สำคัญในการขจัดอัคคีภัยจากสังคม การป้องกันอัคคีภัยซึ่งเจ้าหน้าที่ได้ดำเนินการพอสมควรได้ดังนี้

### 1. การดำเนินการสำรวจวางแผนระงับอัคคีภัย

มีวัตถุประสงค์เพื่อ

- ช่วยชีวิตผู้ถูกอภัยภายในอาคารนั้นให้ปลอดภัย
- ป้องกันอันตรายอาจจะเกิดแก่เจ้าหน้าที่ในการผจญเพลิง
- เพื่อผลในการดับเพลิง
- ช่วยป้องกันการติดต่อกลุลาม
- เพื่อป้องกันไฟไหมยถึงชนิด, จำนวนและวิธีใช้เครื่องมือดับเพลิงของเจ้าของอาคารนั้นๆ
- เพื่อช่วยป้องกันอัคคีภัย
- เพื่อให้ไฟไหมยถึงส่วเหตุที่แท้จริงของอัคคีภัย
- เพื่อช่วยในการป้องกันการก่อวินาศกรรม

ลักษณะการดำเนินงาน

จัดเจ้าหน้าที่ไปสำรวจ สถานที่ราชการ, โรงมหรสพ, โรงแรม และอาคารต่างๆ, โรงงานสถานที่ประกอบกิจการค้าตลอดจนบ้านเรือนประชาชน เพื่อวางแผนสำหรับการป้องกันอัคคีภัยในอาคารนั้นๆ พร้อมทั้งแนะนำแผนการนี้แก่เจ้าของอาคาร และจัดทำข้อมูลสำหรับเจ้าหน้าที่ดับเพลิง

## 2. การเผยแพร่ความรู้เรื่องการป้องกันอัคคีภัยแก่ประชาชน

- 2.1 จัดแสดงนิทรรศการเกี่ยวกับการป้องกันอัคคีภัย ในโอกาสต่างๆ
- 2.2 การบรรยาย และสาธิตเกี่ยวกับการป้องกันและระงับอัคคีภัย ตลอดจนการใช้เครื่องมือดับเพลิงเคมี เบื้องต้น, ให้กับประชาชนตามที่ต่างๆ เช่น โรงงาน, ชุมชนต่างๆ
- 2.3 จัดทำเอกสารเผยแพร่ ในลักษณะแผ่นโรเนียว, แผ่นปลิว, โปสเตอร์

## 3. การจัดสัปดาห์ป้องกันอัคคีภัย

- ในทุกๆปีทางกองตำรวจดับเพลิงจะจัดสัปดาห์ป้องกันอัคคีภัย และทรัพย์สินขึ้น โดยใช้เวลาประมาณหนึ่งสัปดาห์ ซึ่งส่วนใหญ่จะจัดในระหว่าง เดือนมีนาคม - กุมภาพันธ์ ซึ่งลักษณะการดำเนินงานประกอบด้วย
- การจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการป้องกันอัคคีภัยขึ้น
  - ดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้มีการป้องกันอัคคีภัย ทางสื่อสารมวลชนต่างๆ
  - จัดทำหนังสือคู่มือการป้องกันอัคคีภัย
  - จัดประกวดภาพเขียนเด็ก เกี่ยวกับเรื่องอัคคีภัย
  - จัดประกวดคำขวัญ และโปสเตอร์ป้องกันอัคคีภัย, ภาพที่ชนะประกวดจะถูกนำไปตีพิมพ์เป็นโปสเตอร์สำหรับติดในที่ต่างๆ

หมายเหตุ สำหรับรายละเอียดการดำเนินการในแต่ละปี บางส่วนจะไม่เหมือนกัน รายละเอียดดังกล่าวข้างต้นเป็นแผนการดำเนินงานในปี 2526 (จากรายงานการปฏิบัติงานของ แผนกวิชาการดับเพลิง แผนกอบรม และเผยแพร่กองกำกับการ 4 บ.ก.ดับเพลิง)



การวางแผนโฆษณา

### การโฆษณา

ปัจจุบันการโฆษณาเข้าไปเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของมนุษย์เรามากมาย โดยเฉพาะในยุคที่มีการแข่งขันทางการค้าและบริการอย่างหนัก เช่นทุกวันนี้ เพราะการโฆษณามีบทบาทสำคัญในการแนะนำชักชวนให้ร่วมมือด้วย มีผลต่อการตัดสินใจบางประการของมนุษย์เรา

เมื่อเรากล่าวถึงการโฆษณา เรามักจะนึกถึงการรณรงค์เพื่อเพิ่มยอดขายของสินค้าหรือบริการ แต่แท้จริงแล้วการโฆษณานั้นมีขอบข่ายกว้างขวางไปถึงการโฆษณาเพื่อสังคมในรูปแบบต่างๆ เช่น การประหยัดพลังงาน, การส่งเสริมสุขภาพ, การต่อต้านการทุจริต, รวมถึงการรณรงค์ป้องกันอัคคีภัยที่จะจัดทำขึ้นนี้ด้วย

### ความหมายของการโฆษณา

คำว่า "การโฆษณา" มีความหมายหลายประการ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าจะนำไปใช้กับ - สิ่งใด, กับกลุ่มใด, ประเภทใด แต่ที่พอสรุปเป็นใจความได้ว่า "การโฆษณาเป็นเครื่องมือชิ้นหนึ่งเพื่อสร้างความพอใจขึ้น โดยแสดงให้เห็นข้อเสียคา เบล่งเสียงออกให้ได้ยิน เขาอยู่ในลักษณะให้ได้ยินด้วยหู ให้ใครรู้ด้วยตา จะทำให้เกิดความผลิตภัณฑ์และแรงกระตุ้นให้ผู้อื่นได้เห็นเกิดอารมณ์ และความต้องการที่อยากจะกระทำอย่างนั้นอย่างนี้ การโฆษณาจึงมีผลต่อการสร้างความเปลี่ยนแปลงใดๆ ทางด้านทัศนคติและพฤติกรรมของมนุษย์ด้วย"

### วิวัฒนาการของการโฆษณา

1. RE-PRINTING PERIOD หรือยุคก่อนการพิมพ์ (ประมาณศตวรรษที่ 15)
  - ที่บาบิโลเนีย มีการค้นพบจารึกในแผ่นดินเหนียว บอกชื่อร้านค้า
  - ในอียิปต์พบกระดาษปาปิรัส โฆษณาสินค้า
  - ที่กรีกมีการข่าวประกาศโดย TOWN CRIER (ทำจากเปลือกไม้) โดยนักโฆษณาประจำเมือง
  - ที่โรมันในเมืองปอมเปอี มีการค้นพบแผ่นหิน และแผ่นดินเหนียว ทาราคัสทา เป็นรูปสินค้าต่างๆ

2/01.  
1/01  
2526  
004

2. EARLY - PRINTING PERIOD (ศักราชที่ 15, ค.ศ. 1840)

- มีการจัดแสดง ( PRESENT ) มากกว่าเดิมมีการทำป้ายสวยงามมีรูปประกอบให้เข้า MAN IN MOON HOTLE
- มีการพิมพ์โปสเตอร์ในอังกฤษในปี ค.ศ. 1432 โดย WILLIAM CATON ในช่วงแรกๆ เป็นการประกาศหางาน, ทาสหนี, โฆษณาเครื่องคัมชยา, ถ้อยคำที่ใช้เป็นแบบต่างๆ
- ค.ศ. 1704 ที่สหรัฐฯ มีหนังสือพิมพ์และพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว ขณะที่ในอังกฤษการโฆษณาลดลงเพราะรัฐบาลมีการเก็บภาษีการโฆษณา

3. PERIOD OF EXPANSION หรือยุคขยายตัวของวงการโฆษณา

ในยุคนี้การโฆษณาได้ขยายตัวขึ้น เพราะมีประชากรมากขึ้น, การศึกษาเจริญขึ้น, การคมนาคมสะดวกขึ้น, มีการคิดค้นเทคโนโลยีใหม่ๆ ในช่วงนี้มีการตั้งบริษัทโฆษณา ( ADVERTISING AGENCY ) ทำการติดต่อซื้อหน้าในหนังสือพิมพ์ แต่ไม่ได้รับทำโฆษณา

4. PERIOD OF CONSOLIDATION หรือยุคมั่นคง มีบริษัทโฆษณาเกิดขึ้นมาก หรือความมั่นคงขณะเดียวกันวิหตุก็ถูกค้นคิดขึ้น

5. PERIOD OF SCIENTIFIC DEVELOPMENT (ค.ศ. 1925 - ค.ศ. 1945)

ยุคนี้มีการใช้วิทยาศาสตร์ในการโฆษณา เช่น มีการวิเคราะห์วิจัย ใช้เหตุผลในด้านการตลาดมากขึ้น ยุคนี้อยู่ในระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 มีการโฆษณาเกี่ยวกับสงคราม รัฐบาลสหรัฐฯ ตั้งสภาโฆษณาเพื่อควบคุมข่าวสาร

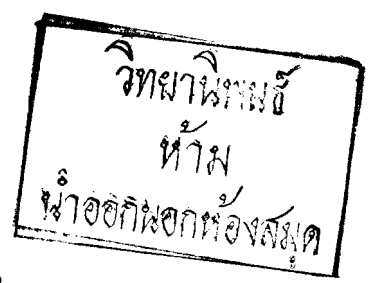
6. PERIOD OF BUSINESS AND SOCIAL INTIGATION

เป็นยุคที่เศรษฐกิจและสังคมมีความสัมพันธ์กันอย่างลึกซึ้ง สารโฆษณามีการพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว เป็นที่ยอมรับและเริ่มเป็นประโยชน์แก่มวลชนมากขึ้น

006634



ก.ค. 2533



ห้ามขีด เขียน หรือฉีก หนังสือของห้องสมุด

## 7. แนวทางการโฆษณาในยุคปัจจุบัน

ในยุคปัจจุบันการแข่งขันทางการตลาดที่สูงขึ้น มีผลทำให้การโฆษณาคงพัฒนาวิธีการและรูปแบบมากขึ้นตามไปด้วย และมีการกล่าวกันว่า การโฆษณาได้ให้ความสนใจและความสำคัญทางด้าน PSYCHOGRAPHICS มากขึ้น เช่น เป็นการอ้างอิงถึงจิตใจและพฤติกรรมเช่น ความพยายามสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีบุคลิกภาพตรงกับบุคลิกของกลุ่มเป้าหมายเฉพาะชัดเจนขึ้น เป็นต้น

### ลักษณะพิเศษของการโฆษณา

1. ไม่เป็นไปในรูปส่วนตัว แต่เป็นไปในรูปมวลชน
2. มุ่งสู่เป้าหมายเฉพาะอย่าง
3. มีการลงทุนแม้จะเป็นเพียงส่วนย่อย
4. ต้องมีผู้สนับสนุนอย่างเด่นชัด

### ทฤษฎีแห่งการโฆษณา (ADVERTISING THEORY) หรือ "AIDA" ประกอบด้วย

- |               |     |  |
|---------------|-----|--|
| A = ATTENTION | คือ | เรียกร้องความสนใจ                            |
| I = INTEREST  | คือ | เกิดความสนใจ                                 |
| D = DESIRE    | คือ | ความต้องการ                                  |
| A = ACTION    | คือ | การลงมือดำเนินการ (เพื่อให้ได้ตามที่ต้องการ) |

### ขั้นตอนในการวางแผนโฆษณา

การโฆษณาเป็นการสื่อสารความคิดของคนทำโฆษณาไปสู่คนรับจำนวนมาก เพื่อให้เขารับรู้และเกิดความสนใจสนองตอบ ฉะนั้นการโฆษณาจึงมีส่วนสำคัญอยู่ 2 ส่วน คือ

1. ความคิดที่เป็นส่วนสนใจของผู้รับ (คนอ่าน, คนดู, คนฟัง)
2. ความคิดที่เป็นส่วนสนใจของผู้ทำโฆษณา

ความสนใจทั้งสองอย่างจะต้องนำมารวมกันเพื่อให้เกิด "การโฆษณา" ที่ทั้ง 2 ฝ่ายสนใจซึ่งจำเป็นต้องมีการวางแผนดำเนินการอย่างเป็นระบบและมีขั้นตอนเพื่อทำให้การโฆษณาขึ้นนั้นประสพผลสำเร็จ ตามที่ต้องการ

## การวางแผนโฆษณาโดยทั่วไปมีขั้นตอนดำเนินการดังนี้คือ

### 1. ขั้นสำรวจข้อมูล

#### 1.1 ต้องรู้จักสินค้าหรือบริการที่จะทำโฆษณา

สินค้าหรือบริการแต่ละอย่างย่อมต้องมีข้อแตกต่างกัน คนทำโฆษณาจะต้องทำความเข้าใจมันอย่างถ่องแท้ว่า มันมีจุดเด่นจุดด้อยตรงไหน เช่นเป็นสินค้าประเภทอาหารสำเร็จรูป, เป็นอาหารเสริมสำหรับเด็ก, เป็นบริการล้างอู่ภาพที่เน้นความรวดเร็ว เป็นต้น

#### 1.2 ต้องรู้จักตลาดของสินค้า

เช่นลูกอมสำหรับเด็ก, รองเท้าสำหรับวัยรุ่น, ยาปราบศัตรูพืช สำหรับชาวสวน เป็นต้น

#### 1.3 ต้องรู้จักกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายคือบุคคลที่เราจะขายสินค้าหรือบริการ เช่น นมข้นหวาน สำหรับแม่บ้านที่ทันสมัย, เสื้อเชิ้ตสำหรับบุคคลที่มีรสนิยมสูง น้ำยาซักผ้า สำหรับแม่บ้านที่มีเครื่องซักผ้า เป็นต้น กลุ่มเป้าหมายเหล่านี้จะต้องมีการแยกแยะอย่างชัดเจน และเป็นจริง โดยอาศัยปัจจัยหลายๆ อย่าง เช่น วัย, เพศ,ฐานะ (สถานภาพ) ทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น

- A - ระดับสูง, เศรษฐี
- B - ระดับสูงปานกลาง เช่น ข้าราชการชั้นสูง, นายธนาคาร
- C - รวยแต่สถานภาพทางสังคมไม่สูง
- D - สามัญชน, ข้าราชการ
- E - คนจน, ชาวนา

#### 1.4 ต้องรู้จักโฆษณาของคุณแข่ง

ไม่เพียงแต่เพื่อว่าโฆษณาของเราจะต้องซ้ำกับของคุณแข่ง แต่เพื่อโฆษณาของเราจะต้องดี, เคน และฉีกตัวเองไปจากเขาด้วย

## 2. ชั้นวางแนวความคิดหลัก CONCEPTION

แนวความคิดหลัก (CONCEPT) หรือแกนกลางของความคิดคือ "รากที่งอกเงย มาเป็นโฆษณาทั้งชุด" แนวความคิดหลักแยกเป็น 2 ชั้นตอนคือ

- แนวความคิดหลักของสินค้า
- แนวความคิดหลักของโฆษณา

การวางแนวความคิดหลักนั้นจะต้องอาศัยข้อมูลจากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นมาเป็น เครื่องวัดและตัดสินใจ แนวความคิดหลักนั้นนับว่าเป็นหัวใจของการโฆษณาเพราะ ส่งผลไปถึง

1. การเลือกสื่อโฆษณา
2. การคิดคำขวัญ (SLOGAN), หัวเรื่อง(HEAD) , คำบรรยาย (BODY) ในสื่อโฆษณาต่างๆ
3. รูปแบบของสื่อว่าจะออกมาในลักษณะใดตลอดจนความต่อเนื่องของโฆษณาทั้งชุด

### 2.1 การเลือกสื่อโฆษณา

สินค้าแต่ละชนิดมีความแตกต่างกันทั้งในรูปแบบ, คุณภาพ, ตลาด, กลุ่มเป้าหมาย ขณะเดียวกันสื่อโฆษณาก็มีเป้าหมายแตกต่างกัน ฉะนั้นการเลือกสื่อโฆษณาก็เป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้โฆษณาประสบผลสำเร็จหรือไม่ ลักษณะสมรรถภาพของสื่อแต่ละชนิดพอจะกล่าวได้ดังนี้

1. กระตุ้นสัมผัส - ภาพยนต์, ทีวี, วิทยุ, สิ่งพิมพ์ตามลำดับ
2. การให้ข้อความ - สิ่งพิมพ์
3. ให้การเปรียบเทียบ - สิ่งพิมพ์
4. สมรรถภาพในการรับปฏิกริยา - สิ่งพิมพ์ เพราะชัดเจนและทนทาน
5. ติดต่อโฆษณากับผู้ที่ไม่สนใจรับ - ภาพยนต์, ทีวี

#### สิ่งพิมพ์

สิ่งพิมพ์นั้นอาศัยภาพและหัวเรื่องในการดึงดูดใจ โดยจะสร้างความประหลาดใจ จนต้องอ่านข้อความเพื่อให้เข้าใจ, สร้างความตั้งใจในผลิตภัณฑ์จนอยากอ่านข้อความ เพราะต้องการรู้มากขึ้น, สร้างความกระจำงชัดในผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของมัน จนมองเพียงให้รู้ชื่อสินค้า ก็เข้าใจถึงผลิตภัณฑ์

สิ่งพิมพ์หลายประเภท เช่น แผ่นปลิว ( POSTER) สิ่งพิมพ์สำหรับนิตยสาร ( MAGAZINE AD.) สิ่งพิมพ์สำหรับหนังสือพิมพ์ ( PRESS AD. ), แผ่นพับ ( BROCHURE) และภาพโฆษณาข้างรถประจำทาง ( BUS SIDE ) ฯลฯ

นอกจากนั้นแล้วสิ่งพิมพ์ต่างๆ ยังมีลักษณะเข้าหากลุ่มเป้าหมายแตกต่างกันคือ

1. เข้าหาทางตรง ( DIRECT APPROACH ) สามารถนำข้อความไปสู่ตัวผู้รับโดยตรงนี้เกี่ยวข้องกับวารสาร เช่น หนังสือ, แผ่นปลิว ( LEAF LET ), แผ่นพับ
2. เข้าหาทางอ้อม ( INDIRECT APPROACH ) เป็นการเข้าหากลุ่มเป้าหมายในระบียบรอง แต่ให้ผลในวงกว้าง ก่อให้เกิดการสื่อสารปากต่อปาก เช่น โปสเตอร์ ภาพ - โฆษณาข้างรถ , แผ่นภาพติดดาว

## 2.2 การคิดคำขวัญ, หัวเรื่อง และคำบรรยาย

คำขวัญ ( SLOGAN ) เป็นองค์ประกอบอันหนึ่งของการโฆษณา เพราะคำขวัญนั้นอาจกล่าวได้ว่า เป็นการจำกัดความแนวความคิดหลักของการโฆษณาในแต่ละชิ้น คำขวัญที่ดีมีลักษณะดังนี้

1. กระชับแต่ชัดเจน สามารถจำกัดความแนวความคิดทั้งหมดได้
2. สดุดความรู้สึก, เร้าอารมณ์ความสนใจ
3. จดจำง่าย
4. สามารถเป็นตัวแทนของสินค้าได้

## หัวเรื่องและคำบรรยาย ( HEAD AND BODY )

หัวเรื่องและคำบรรยาย จัดอยู่ในประเภทข้อความโฆษณา หากเป็นสื่อทางภาพยนต์ โทรทัศน์หรือวิทยุ ก็จะใช้เป็นคำพูด, ถ้าเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ ก็จะเรียกว่า หัวเรื่องหรือหากหัวและคำบรรยายหรือเนื้อเรื่อง

ลักษณะหัวเรื่องที่ดี คือ

1. สั้นได้ใจความ

2. เรียกรองความสนใจ
3. ชัดเจน
4. ถ้ามีข้อความยาวไป อาจจะนำหัวเรื่องรอง (SUB-HEADLINE )

เข้ามาช่วย

5. ต้องสัมพันธ์กับภาพประกอบ
6. ควรมีข้อเสนอแนะในหัวเรื่องด้วย

หัวเรื่องมีหลายแบบ เช่น

1. แบบหัวข้อ ( NEWS ) เช่น ใหม่, ปรับปรุงใหม่
2. แบบสัญญาหรือความเสนอผลประโยชน์ ( PROMISS ) เช่น แคมเปญลด
3. แบบเร้าอารมณ์ให้คล้อยตาม ( EMOTIONAL )
4. แบบสร้างความสงสัย ( CUNOSING ) หรือ เชิงคำถามเพื่อสศศุคใจ
5. แบบ GIMMICK หรือการสร้างสัญญาลักษณะแทนสินค้า เช่น เสื้อของเอสโซ่
6. แบบชี้ชวน ( DIRECTIVE )
7. แบบกึ่งโอ้อวด ( HORN BLOWING )

เนื้อเรื่องหรือคำบรรยาย ( BODY / COPY ) เป็นรายละเอียดที่ขยาย หัวเรื่อง หรือหัวเรื่องรอง ลักษณะเนื้อเรื่องที่ดีคือ พยายามเขียนให้กระจำจชัด กระตกรักน้าอ่าน จุงใจให้ผู้อ่าน เดินทางไปตามที่ตองการ, ทำตัวให้น่าเชื่อถือ, นึกถึงผู้อ่าน ผู้หังอยู่เสมอ, ไม่คุดไม่ ไขภาษาจายและเหมาะสมกับสินค้า

ประเภทของเนื้อเรื่อง

1. แบบเข้าเรื่องทันทีไม่อ้อมค้อม
2. แบบพรรณนา อาจจะมีการเกริ่น หรือเปรียบเทียบก่อน
3. แบบคำสนทนา
4. แบบบรรยายภาพประกอบ
5. แบบ GIMMICK



### 2.3 การกำหนดรูปแบบของการโฆษณา และความต่อเนื่อง

การกำหนดรูปแบบของโฆษณา ไม่มีกฎเกณฑ์บังคับแต่อย่างใด อย่างไรก็ตามรูปแบบโฆษณาต้องยึด แนวความคิดหลัก, ควรจะเด่นชัดที่สุด ที่สำคัญคือต้องเหมาะสมกับสินค้า

ในการทำโฆษณาเป็นชุด (CAMPAIGN) ย่อมมีโฆษณาออกมาหลายชุด หลายแบบ หลายช่วง จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการวางแผนมาควบคุมให้ต่อเนื่องเป็นชุดเดียวกันซึ่งมีวิธีการมากมาย เช่น ควบคุมรูปแบบ, เนื้อหา, โคร่งสี, การจัดวางองค์ประกอบ เป็นต้น

การวางแผนโฆษณา  
ของโครงการรณรงค์ป้องกันอหิวาต์

การวางแผนการโฆษณา  
โครงการรณรงค์ป้องกันอหิวาต์

การวางแผนสำหรับโฆษณาโครงการนี้โดยยึดหลักการโฆษณา ที่ได้กล่าวไปแล้วซึ่งมีขั้นตอน ดังนี้ คือ

1. การศึกษาปัญหาอหิวาต์
2. ศึกษาการรณรงค์ป้องกันอหิวาต์ที่เคยทำมา
3. ศึกษากลุ่มเป้าหมาย
4. การวางแผนความคิดหลัก
5. การเลือกสื่อโฆษณา
6. คำขวัญ และหัวเรื่อง
7. การทำการออกแบบ

1. การศึกษาปัญหาอหิวาต์

ในการต่อสู้กับอหิวาต์นั้นเราแยกเป็น 2 ด้าน คือ

- การป้องกัน
- การขจัดภัย

สำหรับโครงการรณรงค์ครั้งนี้ เป็นเรื่องการป้องกันอหิวาต์ไม่ให้เกิดขึ้น การศึกษาปัญหาอหิวาต์จึงเริ่มที่สาเหตุของการเกิดอหิวาต์

จากสถิติเพลิงไหม้ส่วนกลางในรอบ 5 ปี (2521 - 2525) ปรากฏว่า สาเหตุเพลิงไหม้เท่าที่พิสูจน์ได้ คือ ประมาท, อุบัติเหตุ, วางเพลิง (ประมาณ 1-4 ครั้ง ต่อปี) ความล้าคับ สาเหตุจากความประมาท ซึ่งมากที่สุดคือสถิติดังนี้

ปี 2521	184	ราย
ปี 2522	285	ราย
ปี 2523	160	ราย
ปี 2524	219	ราย
ปี 2525	182	ราย

## ความประมาทเหล่านี้แยกเป็น

- หุงต้มอาหารแล้วดับไฟในเตาไม่สนิท
- ทิ้งถ่านไม้ขีดหรือก้นบุหรี่
- รูดรูปเทียนบูชาพระทิ้งไว้
- เผาขยะและหญ้าแห้ง แลวไฟลาม
- ไฟฟ้าลัดวงจรเพราะความประมาท
- การใช้แก๊สหุงต้มโดยไม่ระมัดระวัง

จากสถิติดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าความประมาท เป็นต้นเหตุทำให้เกิดเพลิงไหม้ขึ้นเป็นจำนวนมาก ความประมาทดังกล่าวมาจากคนเรานี้เอง หลาย ๆ ครั้งที่เป็นความประมาทเล็กน้อย น้อยๆ เช่นการทิ้งก้นบุหรี่ แต่ความเสียหายซึ่งย้อนกลับมานั้นมีมากมายมหาศาล ความสูญเสียเหล่านี้สามารถจะออกไปได้ เพียงแต่คนเราได้ตระหนักถึงสาเหตุของมัน ระมัดระวังตัวของเราเองไม่ให้ตกอยู่ในความประมาท

## 2. การระงับป้องกันอัคคีภัยที่ผ่านมา

ลักษณะคำเนิงานพอสรูปใดดังนี้

2.1 การเข้าหาประชาชนและเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการป้องกันอัคคีภัยโดยตรง

2.2 ออกคำขวัญต่าง ๆ หลาย ๆ แบบ

2.3 การออกแผ่นภาพโฆษณา, แผ่นปลิว, หลายๆ แบบ ( แต่ไม่ต่อเนื่องกัน )

การดำเนินการดังกล่าวทำอย่างจริงจังและกว้างขวาง, และได้รับผลสำเร็จพอสมควร

ลักษณะเคื่องมือที่มีที่ควรจะต้องมีอยู่ไม่น้อย เช่น

1. แม้ จะเป็นการระงับอย่างกว้างขวางก็ตาม แต่ก็รู้หละหลวมไม่เป็นระบบเพราะขาดการวางแผนตามแบบอย่างการโฆษณาโดยทั่วไป จึงทำให้เป็นการระงับที่ขาดเป้าหมายหลัก หรือเลื่อนลอยเกินไป เป็นส่วนทำให้ได้ผลมากเท่าที่จำเป็น

2. การรณรงค์เป็นไปในลักษณะ INDIVIDUAL PROJECT คือ แยกแยะเป็นส่วน ๆ ไม่ต่อเนื่องกัน ทำให้ลดความน่าเชื่อถือ, ซึ่งจะมองเห็นชัดในโปสเตอร์, แผ่นปลิว, ซึ่งออกมาในลักษณะหลากหลายมากค่าชีวิต

3. กลุ่มเป้าหมาย

โครงการรณรงค์ป้องกันอหิวาตกษานี้กระทำจำกัดเฉพาะในส่วนกลางซึ่งเป็นส่วนที่มีเหตุเพลิงไหม้มากที่สุด ฉะนั้นกลุ่มเป้าหมายคือประชาชนในส่วนกลางทั้งหมด (กรุงเทพฯ, นนทบุรี, สมุทรปราการ) ซึ่งก็มีปัญหาดังนี้

- 1. มีจำนวนมาก
- 2. ประกอบด้วยประชาชนทุกระดับที่มีความแตกต่างทางด้านสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม การศึกษา

4. แนวความคิดหลัก ( CONCEPTION )

จากการศึกษาปัญหาของอหิวาตกษานี้ และการรณรงค์ป้องกันที่ผ่านมา ผู้จัดทำได้ข้อสรุปว่า ในโครงการนี้เราจะรณรงค์ ในเรื่องการป้องกันอหิวาตกษาโดยการชักชวนความประมาทในตัวของพวกเรา ด้วยเหตุผลดังนี้

4.1 แม้ว่าความประมาทจะไม่ใช่อุบัติเหตุของเพลิงไหม้ทั้งหมด แต่ก็ เป็นสาเหตุสำคัญ, ถ้าเราสามารถชักชวนเหตุอันนี้ได้ สมบัติเพลิงไหม้ก็จะลดลงอย่างเห็นได้ชัด

4.2 ความประมาทเกิดขึ้นเพราะคนเรา การชักจูงก็สามารถทำได้ด้วยตัวเราเองเช่นกัน การรณรงค์ในเรื่องนี้ ทำให้คนทั่วไปมีความรู้สึกมีส่วนร่วมว่าตนเองมีส่วนสำคัญในการรณรงค์ เช่นกัน ซึ่งก่อให้เกิดผลสามารถกระตุ้นให้มีจิตสำนึก และเข้าร่วมกิจกรรมได้มากยิ่งขึ้น

4.3 จากการศึกษาการรณรงค์ป้องกันที่ผ่านมา ผู้จัดทำมีความคิดว่า เป็น การทำอย่างกว้างเกินไปขาดเป้าหมายที่เด่นชัด ทำให้การรณรงค์ลดประสิทธิภาพลง ถ้าเราจำกัดเป้าหมายลงเหลือแค่ "ความประมาท" ดังกล่าวข้างต้น จะทำให้การดำเนินการรณรงค์ทำได้ เต็มที่ มากกว่า

## รายละเอียดในการวางแผนความคิด

1. เนื้อหาที่จะสื่อสู่เป้าหมายประกอบด้วย

1.1 ชีให้เห็นถึงอันตรายของอหังการ

1.2 ชีให้เห็นว่าสาเหตุสำคัญของอหังการนั้นเกิดจาก ความประมาทของ

ตัวเราเอง

1.3 ชีให้เห็นว่าเขาสามารถมีส่วนร่วมในการป้องกันอหังการได้ ด้วยการ

ขจัดความประมาทในตัวของเราเอง

2. สื่อโฆษณาจะดำเนินการในแบบของ โฆษณาชุด ( CAMPAIGN ) มีความต่อเนื่อง และสัมพันธ์กัน

### 5. สื่อโฆษณาที่ใช้ในการรณรงค์

เนื่องจากปัจจัยของแนวความคิด, กลุ่มเป้าหมาย, การรณรงค์จึงกำหนด ให้ สิ่งพิมพ์เป็นสื่อโฆษณา เพราะสามารถนำข้อความได้มากกว่า, ชัดเจน, หนานาน, สื่อต่างๆ ประกอบด้วย

5.1 แผ่นพับ ( BROCHURE ) ใช้สื่อความคิดสู่ประชาชนโดยตรง ด้วยวิธีการ แจกจ่ายไปตามชุมชนต่าง ๆ

5.2 โปสเตอร์ สื่อความหมายสู่ประชาชนทางอ้อม แต่อยู่ในลักษณะวงกว้าง ใช้ติดตามตัวอาคาร

5.3 ภาพโฆษณาข้างรถประจำทาง ( BUSSIDE ) เป็นส่วนเสริมให้ แนวความคิดกระจายกว้างขวางขึ้น

### 6. คำขวัญ ( SLOGAN )

แนวความคิดของโครงการนี้คือ "ชีให้ประชาชนตระหนักว่าสาเหตุแห่ง อหังการนั้น มาจากความประมาทของตัวเอง แล้วกระตุ้นให้เขาใคร่ฝึกว่า เขานั้นมีส่วน สำคัญในการที่จะขจัดอหังการโดยตรงด้วยการขจัดความประมาทในตัวของเขาเอง

### 6.1 แนวทางในการสร้างคำขวัญ

- เป็นคำขวัญที่นำมาจากคำพูดง่าย ๆ ให้ความรู้สึกเป็นกันเอง
- เป็นคำพูดที่สามารถกระตุ้น ให้เขามามีส่วนร่วมในกิจกรรม
- + เป็นคำพูดที่แปลผลและสรุปความรู้สึกพอสมควร

### 6.2 คำขวัญที่ใช้คือ "ด้วยความปรารถนาในดีของคุณเสียก่อน"

עמאחאאאא



## การออกแบบ เลขศิลป์

### สำหรับโครงการรณรงค์ป้องกันอหิวาต์

การออกแบบเป็นขั้นตอนสุดท้ายในการ ผลิตโฆษณา, นับเป็นขั้นตอนที่สำคัญเพราะ เป็นเครื่องมือที่จะชี้ว่าโฆษณานั้นเป็นไปตามแนวความคิดที่วางไว้ หรือไม่เพียงใด ในการ ออกแบบ เลขศิลป์สำหรับโครงการรณรงค์ป้องกันอหิวาต์ ประกอบด้วย

1. การออกแบบ สัญลักษณ์ (LOGO TYPE )
2. การออกแบบแผ่นพับ (BROCHURE)
3. การออกแบบโปสเตอร์ (POSTER )
4. การออกแบบโฆษณาข้างรถประจำทาง (BUS SIDE)

#### 1. การออกแบบ สัญลักษณ์ (LOGO TYPE )

LOGO TYPE เป็นสิ่งหนึ่งที่เป็นที่นิยมและเชื่อถือกันมาก สามารถอ่านออก และออกเสียงให้เข้าใจได้ โดยใช้แบบฟอร์มดึงดูดความสนใจ การออกแบบอย่างพิถีพิถัน และมีลักษณะเฉพาะตัว สามารถที่จะทำให้รูปแบบ ตัวอักษร เป็น SIGN ที่ใช้ได้ ฟอร์มเป็นส่วน สำคัญในการให้ความรู้สึก ลักษณะการออกแบบตัวอักษรอย่างนี้เราเรียกว่า SIGN ไม่ใช่การ ออกแบบตัวหนังสือ เราเพียงแต่กำหนดตัวอักษรในกรณีพิเศษเท่านั้น การออกแบบตัวหนังสือ หรือ LETTERING รวมทั้งการออกแบบตัวพิมพ์ (TYPOGRAPHY ) ก็จะนามว่า LOGO TYPE จะต้องอ่านได้หรือไม่ อาจจะมีการตกแต่งกันหากมุ่งไปถึงการเห็นชื่อ ของศิลปิน ซึ่งบางชื่อแทบจะอ่านไม่ออกด้วยซ้ำ อันที่จริงชื่อคือเป็นสิ่ง เชื่อมโยงกับ TRADE MARK และ SIGN จากรูปฟอร์มของ LOGO TYPE ที่เป็น ลักษณะพิเศษเฉพาะตัวของมันเอง ทำให้ LOGO เป็น CO - OPERATE ที่ประสบความสำเร็จ - สำเร็จยิ่งใหญ่ในสังคม ส่วนมากจะเขียนไว้ใหญ่โฆษณา เป็นชื่อของบริษัท บางทีก็ใช้ร่วมกับ TRADE MARK / LOGO การจะออกแบบด้วยศิลปินที่มีความรู้ ความเข้าใจและ เชี่ยวชาญในตัวหนังสือโดยเฉพาะ

วัตถุประสงค์ที่เราจะสรรหามาใช้ได้คือ ชื่อร้าน, ชนิดของร้าน, ที่อยู่, โทรศัพท์

### คำขวัญ ( SIOGAN )

ความจำเป็นของ LOGO TYPE สำหรับโครงการรณรงค์ป้องกัน

อหิวาต์

1. เป็นสัญลักษณ์ของโครงการ
2. เป็นตัวเชื่อมงานออกแบบทั้งหมดของโครงการ

LOGO TYPE ของโครงการรณรงค์ป้องกันอหิวาต์ มีลักษณะพิเศษคือ ใช้คำขวัญของโครงการ คือ " ด้บความประมาทในครัวคุณเสียก่อน " เรียงเป็น 3 บรรทัด ประดับภาพตัวรจกัปลิงขีมือออกมา

### ความหมายของ LOGO TYPE

1. LOGO TYPE จะเป็นตัวแทนของ แนวความคิดหลัก จึงได้นำคำขวัญทั้งหมดมาไว้ใน LOGO TYPE
2. ภาพตัวรจกัปลิง เป็นการใช้ให้เห็นว่าเป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับอหิวาต์
3. ลักษณะขีมือออกมาเป็นการเน้น คำขวัญประกอบว่า คำว่า "คุณ" ในคำขวัญนั้นคือ ทุก ๆ คนที่อยู่ตรงหน้า LOGO TYPE ทั้งหมด ซึ่งเป็นแนวความคิดหลักอันหนึ่งที่ต้องการให้ ทุกๆ คนสำนึกในตัวเองก่อนว่าเป็นผู้ที่เริ่มต้นป้องกันอหิวาต์

### 2. การออกแบบแผ่นพับ ( BROCHURE )

แผ่นพับได้อูกกำหนดให้เป็นสื่อ ที่นำข้อความข่าวสารที่มากและชัดเจนกว่าสื่ออื่นๆ ไปสู่ประชาชนโดยตรง

#### 2.1 แนวความคิดในการออกแบบ

- สามารถบรรจุทุกแนวความคิดในการรณรงค์ป้องกันอหิวาต์ให้ได้อย่าง

และชัดเจน

- สดุดความสนใจ โดยใช้สี, คำพูด, และรูปแบบของเล่ม

## 2.2 ลักษณะของแผนพับ

- รูปเล่มโพลีลักษณะพับ 3 มีขนาดแตกต่างกัน
- ปกหน้าอยู่ในลักษณะซ้อนกัน, ทั้งปกหน้าและปกหลังเป็นสีแดง
- หน้าในเป็นส่วนสำคัญที่บรรจุข้อความ

## 2.3 หัวเรื่องและคำบรรยาย

2.3.1 ปกหน้าใช้หัวเรื่องพาดเค้นว่า "คุณคือตัวการของอักษิภัย" มีภาพประกอบ 2 ภาพ ต่อเนื่องกัน หัวเรื่องในลักษณะนี้จะเป็นตัวดึงดูดให้ผู้อ่านรู้สึกแปลกใจ อฆากรข้อความเนื้อใน

2.3.2 หัวเรื่องด้านในใช้คำพูดว่า "แค่คุณป้องกันได้" พร้อมกับบรรจุหัวเรื่องของ 4 ข้อคือ

- อันตรายของอักษิภัย
- ความสูญเสียอันเกิดจากอักษิภัย
- สาเหตุของอักษิภัย
- วิธีการในการป้องกันอักษิภัย

## 3. การออกแบบโปสเตอร์ ( POSTER )

โปสเตอร์ คือสิ่งที่เป็นสื่อทางสายตาระหว่างความสดุดตา, สี และข้อความที่ดึงดูดใจ, หรือโปสเตอร์คือ สิ่งออกแบบเพื่อการกระจายข่าวสารไปสู่มวลชน ในคารรณรงคป้องกันอักษิภัยครั้งนี้ โปสเตอร์ถูกกำหนดให้เป็นตัวสื่อแนวความคิด ไปสู่ประชาชนในวงกว้าง อาจจะเรียกว่า เป็นการเข้าถึงโดยทางอ้อมก็ได้

### 3.1 องค์ประกอบของโปสเตอร์

- หัวเรื่อง ( HEADING ) ท้องสดุดตา
- หัวเรื่องรอง ( SUB-HEADING ) เป็นคำบรรยาย หัวเรื่อง
- ภาพประกอบ ( ILLUSTRATE )
- .LOGO หรือ TRADE MARK

### 3.2 คุณสมบัติของโปสเตอร์ที่ดี

- ต้องสดุดคา และเกิดความสนใจ
- ก่อให้เกิดความทองการ
- มีความสัมพันธ์ระหว่างภาพประกอบและเรื่องราว

### 3.3 โปสเตอร์ที่ใช้ในการรณรงค์ป้องกันอหิวาต์

ในโครงการนี้กำหนดให้มีโปสเตอร์ 3 แบบ ออกใช้ในช่วงเวลาเดียวกัน เพื่อที่จะสามารถสื่อข่าวสารที่ต้องการได้อย่างเต็มที่ โปสเตอร์ทั้ง 3 แบบ ได้ถูกกำหนดให้รับใช้แนวความคิดหลัก คือ

1. ชี้ให้เห็นอันตรายของอหิวาต์และสาเหตุของอหิวาต์
2. ชี้ให้เห็นถึงอัตราความสูญเสีย
3. ชี้ให้เห็นถึงวิธีการในการป้องกัน

### การกำหนดแนวทางสำหรับรูปแบบของโปสเตอร์

1. เป็นโปสเตอร์ 3 แบบ ที่มีเนื้อหาต่อเนื่องกัน
2. เป็นโปสเตอร์ที่สร้างภาพพจน์ในระยะยาว
3. เป็นโปสเตอร์ที่เน้นภาพประกอบ
4. หัวเรื่องของโปสเตอร์ เน้นให้เกิดความสนใจ แปลกใจ
5. หัวเรื่องต้องมีลักษณะเป็นกันเอง ทำให้น่าเชื่อถือ
6. โปสเตอร์ทั้ง 3 แบบ มี SLOGAN อันเดียวกัน คือ "ลดความ-  
ประมาทในหัวขุมเลือดคอง"

### โปสเตอร์แบบที่ 1

แนวความคิด โปสเตอร์แบบนี้ต้องการชี้ให้เห็นว่า อหิวาต์ที่เกิดขึ้นทุกวันนี้ ล้วนแต่มีสาเหตุจากคนเราทั้งนั้น ซึ่งได้แก่ความประมาทเล็กน้อย

ลักษณะของโปสเตอร์ โปสเตอร์นี้เน้นภาพประกอบซึ่งเป็นภาพพื้นใน 3 ลักษณะ คารตูล์กล่าวจากภาพเหมือนจริง เป็นภาพเหมือนความจริงจะสร้างจุดสนใจให้เกิดขึ้น

หัวเรื่องและคำบรรยาย

หัวเรื่อง - "คุณคือ คนเหตุของอัครศิษย์"  
 คำบรรยาย - "กานไม้ขีดหรือกานูปริที่ถูกต้องไม่เป็นที่  
 โหในเคาที่แม่บ้านคับ ไม่นิต  
 รูปที่จุคบุชาพระ  
 ถูกคิดสินแล้วว่าเป็นคนเหตุสำคัญของ  
 อัครศิษย์ที่ เคาตลาญสังคมเราอยู่ทุกวันนี้  
 แค่นั้นจริงแล้วสิ่งเหล่านั้นเป็นเพียงเครื่องมือ  
 คนเหตุที่แท้จริง คือคนเรา คนที่มีความประมาท  
 เลินเล่อ ..... ซึ่งอาจจะเป็นคุณควอดก็ได้"

คำขวัญ- "คืบความประมาทในควคุดเสียก่อน"

การใช้หัวเรื่องแบบนี้ ผู้ออกแบบต้องการให้เกิดความสนใจ และแปลคใจ เพื่อคึงคุดให้ไปอ่าน  
 คำบรรยายซึ่งขึ้นจางแนวความคิดของการธรรมจก ครังนี้คียงชัดเจน แล้วหักมุมเป็นคำขวัญ

โปสเคอรแบบที่ 2

แนวความคิด เป็นโปสเคอรที่ชี้ให้เก็นอันตราย ความสูญเสียน่ากลัวของอัครศิษย์  
ลักษณะของโปสเคอร เน้นภาพประคอบที่เป็นอุปกรณค่าง ๆ ที่คนเรามากจะใช้นั้นทำให้เกิดอัครศิษย์  
 เช่น กานูปริ, กานไม้ขีด, สิ่งเหล่านี้อยู่ในลักษณะเรียงกัน มีเงาทอดออกไป หันสีแฉง

หัวเรื่องและคำบรรยาย

คำบรรยาย :- "อัครศิษย์คือคาสลาญสังคมเรา ไปแล้วมากมา"

ปี 21	สูญเสือกว่า	732	ล้านบาท
ปี 22	สูญเสือกว่า	273	ล้านบาท
ปี 23	สูญเสือกว่า	234	ล้านบาท
ปี 224	สูญเสือกว่า	297	ล้านบาท
ปี 25	สูญเสือกว่า	279	ล้านบาท
ปี 26	สูญเสือกว่า	284	ล้านบาท

- หัวเรื่อง - "ป็นี่คุณจะทำหลายอย่างอีกสักเท่าไร"  
 คำขวัญ - "ตีความประมาทในทิวทัศน์เสียก่อน"

หัวเรื่องของโปสเตอร์แบบที่ 2 นี้ ใช้ลักษณะเดียวกันแบบที่ 1 เพื่อต้องการให้รู้สึกหวาดกลัวอันตราจากอภินิหารที่ คำบรรยายโดยสถิติมาอ้างอิง

### โปสเตอร์แบบที่ 3

แนวความคิด เป็นโปสเตอร์ที่เสนอแนวความคิดในการป้องกันอภินิหารตามที่โครงการรณรงค์ครั้งนี้กำหนดขึ้น

ลักษณะของโปสเตอร์ ใช้คำขวัญทั่ว ๆ ไปที่ใช้ในการรณรงค์ป้องกันอภินิหารผ่าน ๆ มา ซึ่งคนจำได้มาเป็นภาพประกอบ โปสเตอร์แบบที่ 3 นี้ เน้นความหมายว่าการป้องกันอภินิหารที่ใดผลนั้น มิใช่เพียงแต่เข้าใจถึงสาเหตุ เข้าใจถึงความเสียหาย หรือเข้าใจถึงวิธีการป้องกันเท่านั้น แต่ต้องลงมือป้องกันทันทีโดยเริ่มที่ตนเองก่อน

#### 4 แผนภาพโฆษณาข้างรถประจำทาง (BUS SIDE)

##### 4.1 ลักษณะและข้อจำกัดของสื่อ

- สามารถสื่อสู่ผู้คนจำนวนมากและรวดเร็ว
- เป็นลักษณะสื่อเข้าสู่ประชาชนทางอ้อม
- มีความจำกัดในเนื้อที่ คือขนาด 0.50 / 2.50 เมตร หรือ 0.50 / 3.00 เมตร
- สื่อเคลื่อนที่ตามรถประจำทาง จึงมีข้อจำกัดในการมองเห็นที่ชัดเจน
- การออกแบบบนสื่อนี้จำเป็นต้องเน้นความสะดุดตา กระชับ และชัดเจน

##### 4.2 แนวความคิดในการใช้สื่อนี้สำหรับโครงการรณรงค์ป้องกันอภินิหาร

- เพื่อสื่อแนวความคิดไปสู่ประชาชนในวงกว้าง
- เพื่อเป็นการเสริมโครงการในกว้างขวางมากขึ้น เป็นการสนับสนุนสื่ออื่น ๆ

##### 4.3 ลักษณะที่ออกแบบ

การออกแบบใบคำขวัญมีข้อจำกัดของสื่อชนิดนี้ จึงใช้เน้นเฉพาะแนวหัว "ตีความประมาทกับอภินิหาร" และเสริมทิวทัศน์

**ปัญหาและการแก้ไข**

## ปัญหาและการแก้ไข

1. ปัญหาการควบคุมโครงการ โครงการสีบปนิพนธ์ เป็นโครงการที่ใหญ่ และสมบูรณ์ เป็นจริงเป็นจัง บางครั้งทำให้เกิดปัญหาการตั้งความหวังสูงเกินไป ทำให้เกิดปัญหาหลายด้าน เช่น ความไม่ต่อเนื่องของการออกแบบ, ปัญหาของเวลา, ปัญหาการเงิน ฉะนั้นการควบคุมโครงการ จึงมีความสำคัญมาก
2. ปัญหาทางเทคนิค ในการทำสีบปนิพนธ์ นักศึกษาจะต้องลงมือทำเองทุกขั้นตอน และบางครั้งอาจเกิดปัญหา ความไม่มั่นคงในเทคนิคใด เทคนิคหนึ่งซึ่งเป็นผลให้งานที่ออกมาผิดไปจากแบบ ทำให้เสียเวลา เสียกำลังใจ ฉะนั้นปัญหาเรื่องการใช้เทคนิคจึงต้องมีการพูดถึงอย่างละเอียดรอบคอบ ตั้งแต่ก่อนเสนอโครงการ
3. ปัญหาเรื่องสุขภาพ การทำงานอย่างทุ่มเท แม้ในช่วงใดช่วงหนึ่ง อาจทำให้เกิดปัญหาสุขภาพ ซึ่งอาจจะทำให้ทำงานอื่นหยุดชะงักไป

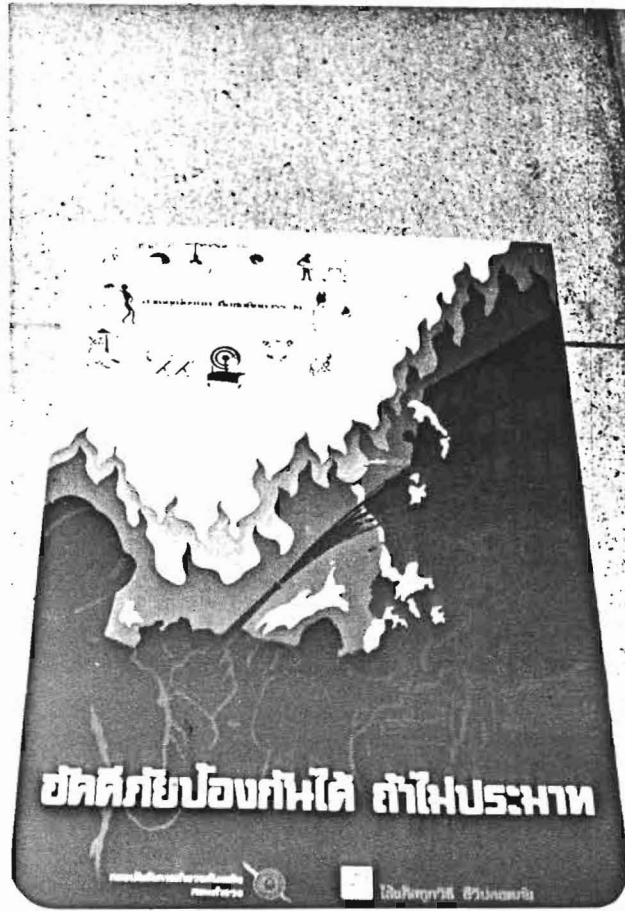


เลขศิลป์ เกี่ยวกับการป้องกันอัคคีภัยที่เคยมีมา

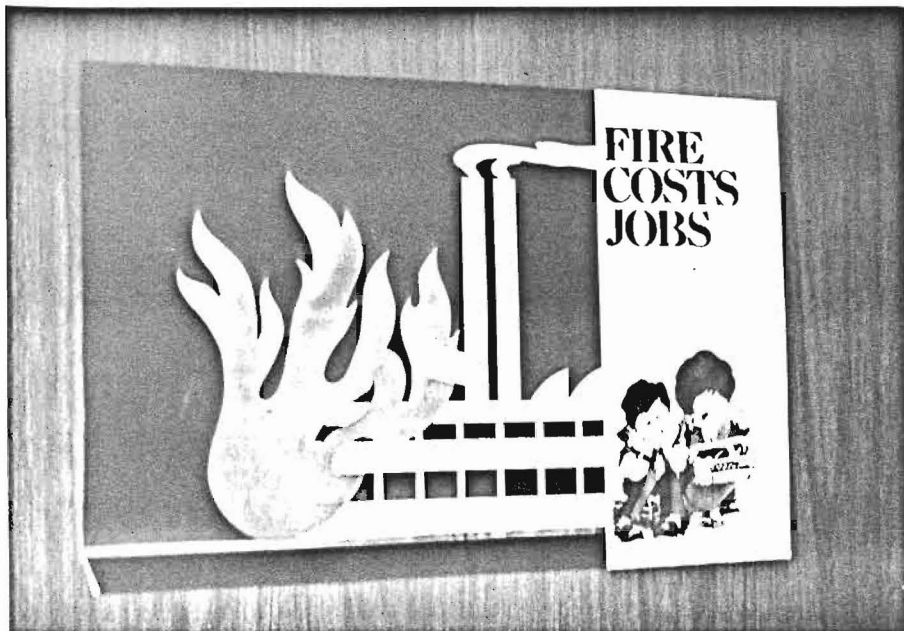




แผนภาพที่กล่าว



โพลีเตอร์





Ron

เลขนศิลป์สิ่งพิมพ์ โครงการรณรงค์ป้องกันอหิวาต์



ดีเยี่ยม ถึงขั้น

สี่และขนาด





โปสเตอร์แบบที่ 1

เนื้อหาเกี่ยวข้องกับสาเหตุคดีภัย



โปสเตอร์แบบที่ 2

เนื้อหาเกี่ยวกับสถิติของนักศึกษา





1

2

แผนพับ

1. ปกหน้า
2. ปกหลัง





ภาพโฆษณาข้างรถประจำทาง

ย่อส่วนจากขนาดจริง 0.50/3.00 เมตร

**ประวัติของกษณ**

**ชื่อ** : นายพรศักดิ์ ดอกหวาย

**สถานที่เกิด** : อ. ปรากฏ จ. ศรีสะเกษ

**ประวัติการศึกษา** : ระดับมัธยมศึกษาโรงเรียนวัดราชธานี

กรุงเทพฯ

ระดับอุดมศึกษา ภาควิชาออกแบบ

นิเทศศิลป์ คณะมัณฑนศิลป์

มหาวิทยาลัยศิลปากร กรุงเทพฯ