

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

งานโฆษณาเป็นงานที่น่าสนใจและท้าทายความสามารถ เพราะงานโฆษณาเป็นงานขายความคิด โฆษณาจะประสบความสำเร็จหรือไม่ขึ้นอยู่ที่การกำหนดแนวความคิดที่ถูกต้อง และต้องอาศัยศิลปะเป็นตัวเสริมหรือตัวแทนแนวความคิดที่จะเสนอ

เคยมีคำถามอยู่ประโยคหนึ่งว่า **ทำไมโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์บางชิ้นจึงสามารถตราตรึงอยู่ในความทรงจำของสาธารณชน แต่โฆษณาบางชิ้นกลับ ไม่มีแม้แต่คนจะชำเลืองมอง** คำตอบของคำถามนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆมากมาย ไม่ว่าจะเกิดจากการศึกษาข้อมูลไม่เพียงพอในเรื่องตัวสินค้า เรื่องผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เรื่องของการวิเคราะห์สภาพตลาดในขณะนั้น หรือแม้แต่เรื่องของการกำหนดกลยุทธ์แผนการโฆษณาที่ไม่ดีพอก็ตาม แต่ปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ทุกชิ้น นั่นก็คือ **คำหรือข้อความโฆษณา** นั่นเอง

คำหรือข้อความโฆษณา เป็นส่วนสำคัญมากในกระบวนการสร้างสรรค์งานโฆษณา การที่จะทำให้โฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ประสบความสำเร็จ ผู้เขียนคำโฆษณาต้องทำการศึกษาตัวสินค้า สภาพตลาด และผู้บริโภคให้เข้าใจอย่างละเอียดถี่ถ้วนเสียก่อนแล้วจึงนำไปคิดสร้างสรรค์คำหรือข้อความโฆษณาที่มีประสิทธิภาพ สามารถสื่อความหมายให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ว่า เราต้องการจะบอกอะไร รวมทั้งต้องทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจจนสามารถจดจำสินค้าของเราได้ และที่สำคัญที่สุด คำหรือข้อความโฆษณาต้องสามารถจูงใจให้คนอยากได้และออกไปหาซื้อสินค้าของเรานั้นเอง

จากประสบการณ์ของผู้เขียนที่ได้ไปฝึกงานที่บริษัท ทีบีดับบลิวเอ เบ็กซ์แอนด์ ทริฟเฟลท แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด ทำให้ผู้เขียนได้รับรู้ถึงกระบวนการและแนวทางการสร้างสรรค์งานโฆษณาในปัจจุบัน ซึ่งเป็นประสบการณ์จริงที่แตกต่างจากที่ได้ศึกษาในมหาวิทยาลัย หรือจากตำราต่าง ๆ เพราะในงานเขียนคำหรือข้อความโฆษณาจริงๆแล้ว เราจะไม่แต่อาศัยความรู้จากทฤษฎีอย่างเดียวไม่ได้ ต้องประกอบกับประสบการณ์ สถานการณ์สิ่งแวดล้อม แล้วนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์คำหรือข้อความโฆษณาอย่างมีประสิทธิภาพและเพื่อสร้างแนวทางในการเขียนของนักเขียนคำโฆษณาแต่ละคนด้วย

นอกจากนี้ ผู้เขียนได้รวบรวมปัญหาที่นักเขียนคำโฆษณาทั้งหลายมักจะประสบอยู่เสมอในขณะที่คิดงานโฆษณา รวมไปถึงข้อเสนอแนะวิธีการแก้ปัญหาเหล่านั้น ดังนี้

1. ปัญหาที่พบคือ เมื่อนำเขียนคำโฆษณาลงมือเขียนงานจะคิดไม่ออก ความคิดจะหยุดชะงัก ซึ่งมักจะเกิดขึ้นบ่อยครั้ง จนเกิดความท้อถอยบ้าง วิธีการแก้ไข คือ ต้องหาข้อมูลใส่สมองโดยการอ่านหนังสือ เพื่อก่อให้เกิดความคิด จะสามารถคิดได้เร็ว และทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. รู้จักแต่ทฤษฎีแต่ขาดทักษะ เมื่อถึงเวลาปฏิบัติจริง ทำให้การทำงานไม่คล่องตัว คิดช้า ความคิดกระจัดกระจาย ทางแก้คือ หมั่นฝึกฝนตนเอง โดยการลองคิดคำหรือข้อความโฆษณาที่สมมติขึ้น จะสามารถพัฒนาตนเองได้เร็วขึ้น

3. ความรู้เรื่องภาษายังไม่ดีพอ ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ ทางแก้คือต้องเป็นคนช่างสังเกต จดจำ อ่านหนังสือมาก ๆ และควรเปิดพจนานุกรมทุกครั้ง เพื่อตรวจดูความถูกต้องของภาษาที่ใช้

4.ยังค้นหาแนวการเขียนของตนเองไม่พบ หมายความว่า ยังยึดติดอยู่กับสำนวนภาษาหรือความคิดของชิ้นงานโฆษณาที่ได้อ่านแล้วประทับใจ ทางแก้คือ พยายามหาแนวทางหรือความคิดใหม่ ๆ ให้แตกต่างจากชิ้นงานที่ชอบ

5.ขาดความอดทนและหลงตัวเอง เวลาเขียนงานเสร็จมักจะคิดว่าพอใจแล้วดีแล้ว ไม่ค่อยยอมแก้งาน(ซึ่งมักจะเต็มไปด้วยข้อบกพร่อง) ทางแก้คือ พยายามฝึกตนเองให้เขียนงานหลาย ๆ ชิ้น เพื่อเลือกอันที่ชอบหรือพอใจที่สุด

งานเขียนคำหรือข้อความโฆษณา ไม่ใช่งานง่าย ๆ เลยสำหรับนักเขียนคำโฆษณา จากรายละเอียดที่ได้เรียบเรียงมาตั้งแต่บทแรก ผู้เขียนหวังว่าจะมีส่วนช่วยให้ผู้อ่านซึ่งในจำนวนนั้นคงมีหลายคนที่ไม่ใฝ่ฝันอยากจะเป็นนักเขียนคำโฆษณา มีความเข้าใจเกี่ยวกับงานเขียนคำหรือข้อความโฆษณาได้ดียิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม งานโฆษณাজัดว่าเป็นงานที่ไม่ตายตัว อาจจะเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย หรือตามกระแสพฤติกรรมของผู้บริโภค กฎเกณฑ์บางอย่างอาจจะล้าสมัยและไม่สามารถจะใช้ได้ในปัจจุบัน ดังนั้นนักเขียนคำโฆษณาจึงต้องมีความใฝ่รู้อยู่ตลอดเวลา พยายามปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ ศึกษางานโฆษณาต่างๆ ที่ออกมา แล้วนำมาแก้ไขจุดบกพร่องของตนเอง เพื่อสะสมเป็นคลังในการสร้างสรรค์และพัฒนาตนเองไปสู่การเป็นนักเขียนคำโฆษณาที่มีประสิทธิภาพในอนาคต

THANMASAT UNIVERSITY
สำนักหอสมุด