

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ใบรับรองวิทยานิพนธ์

หัวข้อวิทยานิพนธ์ โครงการออกแบบสิ่งพิมพ์เพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ตลาดไท
PROJECT DESIGN FOR ADVERTISING AND
INFORMATION OF TALARDTAI

ชื่อนักศึกษา นายสิทธิเดช ต้นหยงทอง รหัสประจำตัว 35204426
MR. SITTHIDECH TANYONGTHONG No. 35204426

หลักสูตร ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาออกแบบสิ่งพิมพ์

ภาควิชา นิเทศศิลป์

อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ อ.เสริมสุข เขียรสุนทร

(ผศ.เอกพงษ์ จุลเสนีย์)

คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

คณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์

อ.รักษานต์ วิวัฒน์สินอุดม.....ประธานกรรมการ
อ.กิตติ อมรพัฒน์กุล.....กรรมการ
อ.เสาวภา ศรีทองนาก.....กรรมการ
อ.เสริมสุข เขียรสุนทร.....กรรมการ
อ.วิทยา หาญวารินทร์ศิลป์.....กรรมการและเลขานุการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์ โครงการออกแบบสิ่งพิมพ์เพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ตลาดไท
PROJECT DESIGN FOR ADVERTISING AND
INFORMATION OF TALARDTAI

ชื่อนักศึกษา นายสิทธิเดช ดันหยงทอง รหัสประจำตัว 35204426
MR. SITTHIDECH TANYONGTHONG No. 35204426

อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ อ.เสริมสุข เขียรสุนทร

หลักสูตร ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาออกแบบสิ่งพิมพ์

ภาควิชา นิเทศศิลป์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

บทคัดย่อ

ข้อปัญหา

วัตถุประสงค์สำคัญของการศึกษาในโครงการนี้คือ เพื่อศึกษาการออกแบบโฆษณาสินค้า อันจะทำให้เกิดความเข้าใจในขั้นตอนการสร้างสรรคงานโฆษณา ซึ่งจะต้องมีการค้นคว้าและศึกษาข้อมูลอย่างละเอียด มีการวางแผนงานเป็นลำดับขั้นตอนและค้นหาแนวทางที่ถูกต้องในการวางแผนโฆษณาเพื่อที่จะทำงานออกมาเสร็จสมบูรณ์ และทันตามกำหนดเวลา โดยเลือกทำงานโฆษณาสินค้าตลาดไท ซึ่งการเลือกทำงานกับสินค้าชนิดนี้ก็เพราะว่า ตลาดไทยมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ไม่ค่อยเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ทั้งที่เป็นสินค้าที่มีความสำคัญกับประเทศที่มีการเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลักอย่างประเทศไทย จึงเห็นสมควรที่จะต้องมีการวางแผนโฆษณาและประชาสัมพันธ์ตลาดไท เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายจดจำและรู้จักสินค้า เป็นการสร้างภาพพจน์และทัศนคติที่ดีต่อตัวสินค้า

วิธีการวิเคราะห์

ในการสร้างสรรคงานโฆษณาการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานถือว่ามีความจำเป็นและสำคัญในการสร้างสรรคงานโฆษณาที่ดี เพื่อให้สามารถกำหนดแผนการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับลักษณะความต้องการและพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นข้าพเจ้าได้ศึกษาและวิเคราะห์ตามหัวข้อต่อไปนี้ คือ

1. วิเคราะห์สินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์การใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย
3. วิเคราะห์ตลาด
4. วิเคราะห์คู่แข่ง

สรุปการวิเคราะห์

จากการวิเคราะห์ปรากฏผลดังนี้คือ

1. จุดเด่นของตลาดไทคือ เป็นตลาดสมบูรณ์แบบเซ็น ของครบ, ของถูก, จอดรถสะดวก ฯลฯ มีการบริการ เป็นธรรมและมีการพัฒนาต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง
2. จุดด้อยของตลาดไทคือ การประชาสัมพันธ์ไม่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
3. กลุ่มเป้าหมายเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงมากที่สุดในการกำหนดแนวทางการออกแบ
4. พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายคือผู้ซื้อผักและผลไม้, ซื้อของครั้งละหลายๆ, นำรถมาชนของที่ตลาด, ชอบเลือกของที่ซื้อ
5. สภาพแข่งขันของตลาดไม่รุนแรงเนื่องจากคู่แข่งมีจุดยืนที่ต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1. การออกแบบโฆษณาต้องมีความโดดเด่นและเป็นที่จดจำของกลุ่มเป้าหมาย
2. กลุ่มเป้าหมายและจุดเด่นของสินค้าต้องชัดเจน
3. ในการออกแบบโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ควรเน้นให้เห็นถึงคุณสมบัติเด่นของตลาดไท
4. ลักษณะงานโฆษณาเป็นแคมเปญจะทำให้เกิดความซ้ำ เพื่อเกิดการจดจำในตัวสินค้า
5. การกระจายสื่อมวลชนทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักสินค้ามากขึ้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนำ

การทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการศึกษาสาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ ภาควิชานิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ชั้นปีที่ 4 ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ศึกษา ได้ใช้ความรู้ ความสามารถ ในการค้นคว้าและศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการออกแบบโฆษณาอย่างเป็นขั้นตอน ซึ่งการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ก็เพื่อทบทวนเนื้อหาที่เรียนมาตลอดหลักสูตรและเตรียมพร้อมในการออกไปทำงานด้านนี้ต่อไปในอนาคต



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนำ

การทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการศึกษาสาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ ภาควิชานิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ชั้นปีที่ 4 ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ศึกษา ได้ใช้ความรู้ ความสามารถ ในการค้นคว้าและศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการออกแบบโฆษณาอย่างเป็นขั้นตอน ซึ่งการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ก็เพื่อทบทวนเนื้อหาที่เรียนมาตลอดหลักสูตรและเตรียมพร้อมในการออกไปทำงานด้านนี้ต่อไปในอนาคต



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ง
คำนำ	จ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ลักษณะของโครงการ	2
1.2 ความมุ่งมั่นและแนวคิด	2
1.3 ความสมบูรณ์แบบ	3
1.4 วัตถุประสงค์ของโครงการ	3
1.5 ประวัติของบริษัท ไทย แอ็กโกร เอ็กซเชนจ์ จำกัด	4
บทที่ 2 ข้อมูลแผนการโฆษณา	6
2.1 วัตถุประสงค์ที่กำหนด	6
2.2 กลุ่มเป้าหมาย	6
2.3 การกระจายข้อมูลสื่อสาร	7
2.4 คู่แข่ง	7
2.5 การวางตำแหน่งสินค้า	8
2.6 สรุปแผนการโฆษณาจากลูกค้า	8
บทที่ 3 ตัวอย่างสื่อโฆษณา	9
3.1 ตัวอย่างสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์	9
3.2 ตัวอย่างสื่อโฆษณาทางสิ่งพิมพ์	11
บทที่ 4 ขอบเขตของโครงการ	12
4.1 กิจกรรมที่จัดขึ้นในโครงการตลาดไท	12
4.2 กิจกรรมที่จัดขึ้นในต่างจังหวัด	12

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	หน้า
4.3 ระยะเวลาในการดำเนินงาน	12
4.4 รายการโทรทัศน์	13
4.5 งานเทศกาลผลไม้ของจังหวัดต่างๆ ประจำปี 2539	13
4.6 ขอบเขตของโครงการ	14
บทที่ 5 การออกแบบโฆษณา	15
บทที่ 6 บทสรุป	29
6.1 สรุปผลการออกแบบ	29
6.2 ปัญหาของโครงการ	29
6.3 แนวทางการแก้ไข	29
6.4 ข้อเสนอแนะ	29
บรรณานุกรม	30

สารบัญ

ภาพที่	หน้า
1. ภาพตัวอย่างโฆษณาโครงการตลาดไท ทางสิ่งพิมพ์	11
2. ภาพแบบร่างงานเทศกาลในเดือนมกราคม	15
3. ภาพแบบร่างงานเทศกาลในเดือนกุมภาพันธ์	16
4. ภาพแบบร่างงานเทศกาลในเดือนเมษายน	17
5. ภาพแบบร่างงานเทศกาลในเดือนพฤษภาคม	18
6. ภาพแบบร่างงานเทศกาลในเดือนสิงหาคม	19
7. ภาพแบบร่างงานเทศกาลในเดือนพฤศจิกายน	20
8. ภาพแบบร่างงานเทศกาลในเดือนพฤศจิกายน	21
9. ภาพแบบงานโฆษณาจริงเดือนมกราคม	22
10. ภาพแบบงานโฆษณาจริงเดือนกุมภาพันธ์	23
11. ภาพแบบงานโฆษณาจริงเดือนเมษายน	24
12. ภาพแบบงานโฆษณาจริงเดือนพฤษภาคม	25
13. ภาพแบบงานโฆษณาจริงเดือนสิงหาคม	26
14. ภาพแบบงานโฆษณาจริงเดือนพฤศจิกายน	27
15. ภาพแบบงานโฆษณาจริงเดือนธันวาคม	28

บทที่ 1 บทนำ

ประวัติความเป็นมา

บริษัท โมเดิร์นโฮม ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรและอีก 5 สถาบันการเงินได้ร่วมกันจัดตั้ง บริษัท ไทย แอ็กโกร เอ็กซเจนจ์ จำกัด (เทโก้) เพื่อดำเนินการศูนย์กลางเกษตรและอุตสาหกรรมครบวงจรแห่งประเทศไทย ภายใต้ชื่อ ตลาดไท (ตลาดกลางค้าส่งสินค้าเกษตรแห่งประเทศไทย)

ดำเนินงานโครงการโดย บริษัท ไทยแอ็กโกร เอ็กซเจนจ์ จำกัด หรือ เทโก้
THAI AGGRO EXCHANGE CO.,LTD.(TAECO)

ทุนจดทะเบียน
ที่ตั้งโครงการ 2,000 ล้านบาท
บนถนนพหลโยธิน กม. 42 (ฝั่งขาเข้ากรุงเทพฯ)
เยื้องมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต
ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

โฉนดที่ดินเลขที่ จ.1734 , จ. 418 , จ. 32816 และ จ. 31347
ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี

เนื้อที่โครงการ 453 ไร่

เริ่มโครงการ พ.ศ. 2538

คาดว่าจะแล้วเสร็จ พ.ศ. 2543

สนับสนุนโครงการโดย ธนาคาร ศรีนคร จำกัด (มหาชน)

ผู้ถือหุ้น บริษัท โมเดิร์นโฮม ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)

บริษัท เงินทุนหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด (มหาชน)

บริษัท เงินทุน ยูไนเต็ด จำกัด (มหาชน)

NIKKO CAPITAL CO., LTD.

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

มูลค่าโครงการ 10,000 ล้านบาท

สำนักงานขาย

ถนนพหลโยธิน กม. 42 (ฝั่งขาเข้ากรุงเทพฯ)
 เยื้องมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต
 ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี
 โทร. 908-4490-6 แฟกซ์. 908-4493

1.1 ลักษณะโครงการ

เป็นตลาดกลางค้าส่งสินค้าเกษตรที่ใหญ่และทันสมัยที่สุดแห่งประเทศไทย
 โดยวางผังตลาดแยกตามประเภทสินค้า ได้แก่

อาคารส้ม

ลานผลไม้ฤดูกาล

อาคารผลไม้รวม

ลานค้าสี่บ่ประด มะพร้าว กล้วย และขนุน

ลานค้าแตงโม

ลานผัก

อาคารผัก

ตลาดไม้ดอก-ไม้ประดับ

ตลาดพืชไร่

ห้องเย็น ศูนย์ประมุข โรงงานแปรรูปสินค้าเกษตร

1.2 ความมุ่งมั่นและแนวคิด

1.2.1 การสร้างระบบตลาดที่สมบูรณ์พร้อมสรรพ

- มีการจัดการดี
- มีสินค้าครบ
- คุณภาพสินค้าดี
- ราคาค้าส่งยุติธรรม
- เป็นแหล่งรองรับสินค้าผลิตผลการเกษตร
- เป็นตลาดที่หน่วยงานราชการ และเอกชนประสานกันเพื่อให้ได้ระบบมาตรฐานสากล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เป็นแหล่งมีผู้ผลิต ผู้ค้า ผู้ซื้อ ได้พบกัน

1.2.2 การตั้งศูนย์การค้าส่ง

1.2.3 ศูนย์กลางสินค้าเกษตรและส่งเสริมด้านการผลิตผลการเกษตรและการกระจายสินค้า

1.3 ความสมบูรณ์แบบ

1.3.1 สถานที่ตั้ง และสภาพแวดล้อม

1.3.2 ระบบการคมนาคมภายนอก และภายในโครงการ

- ภายนอก มีถนนเข้าโครงการได้ถึง 4 สายหลัก คือ ถนนพหลโยธิน, ถนนสีขาว (ดวงธรรม), ถนนสายบางซันท์ - หนองเสือ และ ถนน รพช.

- ภายใน ถนนหลักในโครงการ ถนนใหญ่กว้าง 30 เมตร 6 เลนและ ถนนระหว่างอาคาร กว้าง 16 และ 20 เมตร

1.3.3 สถานที่จอดรถมากมายเพียงพอ มีที่จอดรถถาวร 4,000 คัน สามารถรองรับรถบรรทุกสินค้าหมุนเวียนได้ถึงวันละกว่า 25,000 คัน

1.3.4 การขนถ่ายสินค้าที่เป็นระเบียบ และไม่เสียเวลา สามารถทำงานได้ตลอด 24 ชั่วโมง

1.3.5 พื้นที่ขายใหญ่พอเพียงต่อการรองรับสินค้าเกษตรจำนวนมาก การออกแบบอาคารแบบทันสมัย ถ่ายเทอากาศได้ดี

1.3.6 การจัดระเบียบภายในตลาดที่เป็นระบบ และสะอาด

1.3.7 ระบบสาธารณูปโภคที่ครบครัน การระบายน้ำ การกำจัดขยะ

1.3.8 ระบบการบริหารงานของตลาดกลางเกษตรยุคธรรม ไม่มีการเสียใต้โต๊ะ

1.3.9 เป็นแหล่งที่มีกำลังซื้อสูงทำให้สบายใจเมื่อมาทำการค้าที่นี่ ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าภาคกลาง ภาคเหนือ และภาคอีสาน รวม 58 จังหวัด

1.4 วัตถุประสงค์ดำเนินการ

1.4.1 เพื่อให้เป็นแหล่งกลางของการซื้อขายผลิตผลทางการเกษตรที่มีระเบียบกฎเกณฑ์ที่แน่นอน และเป็นแหล่งกำหนดราคาสินค้าอย่างมีระบบและเปิดเผย รวมทั้งสามารถเป็นแหล่งของข้อมูลการตลาด ที่สะท้อนภาวะตลาดได้ดีและเชื่อถือได้

1.4.2 เพื่อกระจายสาขาตลาด ไปยังแหล่งผลิตต่างๆที่จะให้เกษตรกรมีช่องทางในการขาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้า เมื่อผู้ผู้ใดเห็นประโยชน์ในการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลผลิตมากขึ้น

- 1.4.3 เพื่อให้เกิดการลดค่าใช้จ่ายการตลาดที่จะช่วยให้ราคาสินค้าจากแหล่งผลิตกับราคาสินค้าที่ผู้บริโภคและผู้ใช้ไม่แตกต่างกันมากนัก และสร้างอำนาจการต่อรองให้เกษตรกรในการขายผลผลิต
- 1.4.4 เพื่อให้เป็นแหล่งกลางของการซื้อขายสินค้าที่เข้าสู่ตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
- 1.4.5 เพื่อให้ราคาของสินค้าขึ้นลงเป็นไปตามภาวะตลาด และลดอำนาจอิทธิพลของผู้ค้าบางกลุ่ม ในการที่จะเข้ามากำหนดราคาตลาด
- 1.4.6 เพื่อให้เป็นแหล่งกลางของการส่งเสริม หรือผลักดันให้เกิดการจัดเกรดคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า การบรรจุหีบห่อและหน่วยการชั่ง / ตวง / วัด ที่แน่นอนจะทำให้สะดวกในการซื้อขายยิ่งขึ้น
- 1.4.7 เพื่อเป็นแหล่งอำนวยความสะดวก ให้แก่ผู้ผลิตและผู้ค้า บนพื้นฐานของการแข่งขันอย่างมีระบบ เช่น การประมูลราคาซื้อขาย เป็นการป้องกันการผูกขาด หรือการเอารัดเอาเปรียบของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง เป็นการลดขั้นตอนและเวลาในการซื้อขาย ซึ่งจะมีผลให้ต้นทุนการตลาดลดต่ำลง

1.5 ประวัติ ไทย แอ็กโกร เอ็กซเชนจ์ จำกัด (เทโก้)

บริษัท ไทย แอ็กโกร เอ็กซเชนจ์ จำกัด (เทโก้) THAI AGGRO EXCHANGE CO.,LTD. เป็นผู้ดำเนินการบริหารโครงการ “ตลาดไทย” ตลาดกลางค้าส่งสินค้าเกษตรแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นหนึ่งโครงการโมเดิร์นไฮมาเก็ต 1,000 ไร่ ก่อตั้ง เมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2537 ด้วยต้นทุนจดทะเบียน 2,000 ล้านบาท

บริษัท ไทย แอ็กโกร เอ็กซเชนจ์ จำกัด (เทโก้) มีบริษัทร่วมทุนคือบริษัท โมเดิร์นไฮมาเก็ต ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) บริษัท พัฒนาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำที่มีผลงานเป็นที่ยอมรับมาแล้วจากการก่อตั้ง ตลาดบางใหญ่ซิตี้ ทั้งในด้านคุณภาพและการจัดการ นอกจากนี้ “เทโก้” (TAECO) ยังมีบริษัทร่วมทุนอีกหลายแห่ง ทั้งบริษัทต่างประเทศที่มีประสบการณ์ มีฐานะการเงินมั่นคง ในระดับนานาชาติ และบริษัทภายในประเทศ ที่เกือบทั้งหมดเป็นบริษัทที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อันเป็นหลักประกันถึงความมั่นคงทางการเงินและความชำนาญในการจัดการโดยแท้จริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจุบัน บริษัท ไทย แอ็กโกร เอ็กสเซนซ์ จำกัด “เทโก้” (TAECO) ตั้งอยู่บนถนนพหลโยธิน กม.ที่ 42 แขวงมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต ซึ่งเป็นที่ตั้งของโครงการ “ตลาดไทย” ประกอบด้วยถนน 4 สายหลักคือ ถนนพหลโยธิน ถนนสีขาว (ดวงธรรม) ถนนสายบางพันธ์ - หนองเสือ และถนน รพช. นอกจากนี้บริเวณที่ตั้งของโครงการยังอยู่นอกแนวจำกัดเวลาการวิ่งเข้า - ออกของรถบรรทุกทั้งหมดปัญหาในเรื่องการติดเวลาและจากแผนพัฒนาในการกำหนดและขยายของเมือง จึงทำให้พื้นที่ในทำเลนี้ได้รับการพัฒนาอย่างรวดเร็วภายในปี 2540 ถนนวงแหวนรอบนอกฝั่งตะวันออก และตะวันตกจะแล้วเสร็จ พร้อมกับทางแยกต่างระดับคลองหลวง ซึ่งจะช่วยให้การจราจรเป็นไปโดยสะดวกในทุกเส้นทาง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2 แผนโฆษณาของโครงการตลาดไท

2.1 วัตถุประสงค์ที่กำหนด

ทำอะไรที่จะทำให้ผู้ค้า ผู้ซื้อมาทำการค้า พืชผลที่ตลาดไทให้ต่อเนื่องและมากยิ่งขึ้น

2.1.1 เพื่อสื่อสารไปยังกลุ่มผู้ซื้อต่าง ๆ เช่น ผู้ซื้อไปขายตลาดค้าปลีก ตลาดกรุงเทพฯ

และรถเล รถหมู่บ้าน ตลาดสี่มุมเมือง ว่าตลาดไทมีสินค้าครบ ราคาถูก สะดวก

สบาย และประหยัดเวลาในการซื้อ เพื่อให้กลุ่มที่ไม่เคยมาซื้อประจำตลาดไท

2.1.2 เพื่อสื่อสารไปยังกลุ่มผู้ค้า ลานหมุนเวียนทั้งผักและผลไม้ว่า ที่ไม่เคยเข้ามาขายในตลาดไทและขายประจำในตลาดสี่มุมเมือง ทราบว่า ตลาดไทมีผู้ซื้อเข้ามามากมาย สามารถขายสินค้าได้หมด (เลของได้)

2.2 กลุ่มเป้าหมาย

2.2.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก

2.2.1.1 ผู้ค้าปลีกผักและผลไม้ ตลาดค้าปลีกในกรุงเทพฯ 166 ตลาด

ผัก กทม. และปริมณฑล 80 %

ต่างจังหวัด 20%

ผลไม้ ตลาดสี่มุม (เน้น) ผู้บริโภค กทม. 15-20 %

ตจว. 80-85 %

มาโดยรถบรรทุก 10 ล้อ, 6 ล้อใหญ่, 6 ล้อใหญ่, 6 ล้อ, 4 ล้อ

ตลาดผลไม้รวม (ผลไม้เกือบทั้งปี , ผลไม้ทั้งปี , มาจากสารพัดทิศ ไกลเคียง กทม.)

*ผลไม้ฤดูกาลเน้นทุเรียน, เงาะ, มังคุด, ลำไย, ลิ้นจี่, ลิ้นสาด, ลองกอง, มะม่วง

(ต้องการให้โฆษณาเพื่อให้รถเร่มาขายผลไม้ เช่น 10 ล้อใหญ่, 6 ล้อใหญ่ และรถมาซื้อผลไม้)

2.2.1.2 ผู้ซื้อรถเล (รถหมู่บ้าน)

ส่วนใหญ่จะรอซื้อตอนของตาย --> ของเยอะ ราคาถูก เริ่มซื้อตอนตี 3

- เลขายผลไม้ (มีลำโพง)
- เลขายของชำ และของสด (สังเกตมีถังน้ำแข็ง)

2.2.1.3 ผู้ซื้อรายใหญ่ที่นำไปใช้เอง (ซื้อสถาบัน)

- แถบตลาดไท
- กทม.ฝั่งเหนือ

ภาพพจน์ --> ครบในแง่ของสินค้าพื้นๆ แต่พืชผักผลไม้ที่อยู่ในระดับสูงยังไม่มี
ถ้าต้องการก็สามารถสั่งได้

เหตุผล --> เพราะไม่มีที่เก็บและไม่มีใครรู้ว่าตลาดไทสามารถ SERVICE ได้
ถ้าลูกค้าต้องการ

- *สถาบัน
- ฝ่ายจัดซื้อ
 - ฝ่ายประมูล

- REQUEST ตลาดไทเป็น TRADE DEALER (ตลาดไทยังไม่พร้อม)

2.2.1.4 ผู้ซื้อไปค้าปลีก ผักและผลไม้ต่างจังหวัด

2.2.2 กลุ่มเป้าหมายรอง

- กลุ่มผู้ซื้อทั่วไปในชุมชนโดยรวม
- กลุ่มชมรมชาวสวนหรือสหกรณ์ต่างๆ ที่ต้องการนำสินค้ามาขายด้วยตนเองในลานหมุนเวียน

2.3 การกระจายข้อมูลข่าวสาร

- กรุงเทพฯ + ปริมณฑล
- ต่างจังหวัด

2.4 คู่แข่งรายสำคัญ

- ตลาดสี่มุมเมือง
- ตลาดริมคลองนครปฐม
- ตลาดปากคลองตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ตลาดมหานคร / สะพานขาว
- ตลาดอรุณอมรินทร์

2.5 การวางตำแหน่งสินค้า

- ตลาดสมบูรณ์แบบเช่นของครบ, ของถูก, บริการดี, จอดรถสะดวก
- บริการเป็นธรรมชาติ
- เป็นตลาดที่มีการพัฒนาต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง

2.6 สรุปแผนโฆษณาจากลูกค้า

2.6.1 โฆษณาตลาดไทในกรุงเทพฯ

- IMAGE ทันสมัย, สะอาด, ยิ่งใหญ่
- ลูกค้า SPECIFIC - ลูกค้าคือใครบ้าง
- ลูกค้าเสริม (ประชาชนทั่วไป)
- แหล่งท่องเที่ยว
 1. SHOPPING
 2. เที่ยวเฉย ๆ (ราคาสินค้าถูกที่สุดในโลก)

2.6.2 อาคารพาณิชย์ (ที่จะขาย) - เพื่อโฆษณา

สร้าง ACCUMULATE DEMAND เปิดให้ผู้อื่นรู้ว่าเรา CRAND

2.6.3 การโฆษณาสู่ต่างจังหวัด

- ผู้ขาย (รถเร่)
- ผู้ซื้อ + ผู้ขาย
- ผู้ซื้อ

2.6.4 สาขาภาค 3 จังหวัด

- เชียงใหม่ / ลำพูน
- นครศรีธรรมราช / สุราษฎร์ธานี
- พิษณุโลก / เพชรบูรณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3 ตัวอย่างสื่อโฆษณาของโครงการตลาดไท

3.1 สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์

CLIENT	: บริษัท ไทย แอ็กโธร เอ็กชเชนจ์ จำกัด
PRODUCT	: ตลาดไท
AGENCY	: บริษัท ดามาสค์ / บีบีดีโอ จำกัด
CAMPAIGN	: THE GREATEST ONE
MEDIUM	: TVC 30 sec
CREATIVE DIRECTOR	: คุณวิจิต ธีรตั้งเสถียร (Associate Creative Director)
COPY WRITER	: คุณกนกวรรณ แพรดำ
ART DIRECTOR	: คุณนิมนต์ กิตติธนะพันธ์
PRODUCER	: คุณปริญญา พงศ์ปริตร
PRODUCTION HOUSE	: CINENET
ADVERTISING OBJECTIVE	: แนะนำให้ผู้ซื้อ, ผู้ค้าส่ง, รถเร่ให้รู้จักกับ ตลาดไท ซึ่งเป็นตลาดกลางค้าส่งสินค้าเกษตร ยิ่งใหญ่ ทันสมัย ระดับโลก บนรังสิต กม.42

PRESENTATION COPY : TV SCRIPT

CLIENT : MODERN HOME CITY	DATE : NOVEMBER 10, 1995
PRODUCT : ตลาดไท	LENGTH : 30 SEC
MEDIUM : TVC.	LANGUAGE :
THEME : THE GREATEST ONE 2	JOB NO. : T - T 1 # 5
VISION	SOUND
SUPER : ผู้ซื้อ	โฆษก : ถ้าคุณเป็นผู้ซื้อผักผลไม้จำนวนมาก
ผู้ค้าส่ง	ผู้ค้าส่ง
รถเร่	รถเร่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่โรงเรียนเตรียมการใช้งานเพื่อการศึกษา เปิดแล้ววันนี้ ตลาดไท ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาดไท

รังสิต กม.42

ค้าส่งผักผลไม้

ครบถ้วนในที่เดียว

500 ไร่

บนความยิ่งใหญ่ถึง 500 ไร่

จอตลอดสบาย ขนถ่ายสินค้าสะดวก

ที่จอดรถหมุนเวียน 25,000 คัน

ตลาดไท

เยื้อง ม.ธรรมศาสตร์ รังสิต กม.42

ผู้ซื้อ ผู้ค้าส่ง รถเร่

ผู้ซื้อ ผู้ค้าส่ง รถเร่

โทร. 9084490 - 9

โทร. 9084490 - 9

ตลาดกลางค้าส่งสินค้าเกษตรระดับชาติ

ตลาดไท ยิ่งใหญ่ ทันสมัย ระดับโลก

LOGO : ตลาดไท

ยิ่งใหญ่มาก ทันสมัย ระดับโลก



3.2 ตัวอย่างสื่อโฆษณาทางสิ่งพิมพ์

ภาพโฆษณาโครงการ ตลาดไท ทางหน้าหนังสือพิมพ์

ตลาดไท

ความสำเร็จบนความยิ่งใหญ่ ที่พัฒนาเพื่อคนไทยทุกคน

ตลาดไท (ในฐานะตลาดกลางสินค้าเกษตร) ภูมิใจที่ได้ทำหน้าที่เป็นศูนย์รวมของสินค้าจากทั่วประเทศ กระจ่ายสินค้าในราคาถูก ครอบคลุมทั่วประเทศ เล็กถึงใหญ่ครบครันมีความเป็นอยู่ที่ดีเยี่ยม และยังคงพัฒนาพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้ตรงผู้บริโภคชาวไทยทุกคน

ด้วยความพร้อมของระบบการบริการ และระบบการให้บริการที่เชื่อถือได้ ตลาดไท จึงได้เสนอผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ได้แก่ ตลาดผลไม้รวม ตลาดสด ตลาดเนื้อ ตลาดปลา ตลาดผัก ตลาดผลไม้ ตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้า ตลาดเครื่องสำอาง ตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้า ตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้า ตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้า

นี่คือ... ตลาดไท พร้อมแล้ว ที่จะเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศไทยให้เจริญรุดหน้า ด้วยก้าวแรกที่มั่นคงซึ่งจะมีหน้ที่ตลอดไป

เพื่อคนไทยทุกคน

ตลาดไท
ศูนย์รวมสินค้าเกษตรและอาหาร
ครบครันด้วย ความสะดวกสบายใน ความสะดวกสบาย
คือไทย ที่เต็มไปด้วย ชาติไทย

โทร. 9084490

หนึ่งในโครงการ โมเดิร์นไฮม ซิตี้ 1,000 ไร่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4 ขอบเขตของโครงการ ตลาดไท

4.1 กิจกรรมที่จัดขึ้นในโครงการตลาดไท

- จัดกิจกรรมประกวดผลไม้ตามฤดู และกิจกรรมส่งเสริมอื่นๆ
- จัดกิจกรรมส่งเสริม และประกวดผัก / ผลไม้ปลอดสารเคมี

4.2 กิจกรรมที่จัดขึ้นในต่างจังหวัด

จัดกิจกรรมร่วมกับงานเทศกาลผัก / ผลไม้ประจำจังหวัด

- ส่งรถตลาดไทเข้าร่วมแห่ขบวน
- ร่วมจัดซุ้มจำลองกิจกรรมของตลาดไท
- สันนิษฐานรายการต่าง ๆ เช่น การประกวดนางงามในเทศกาลนั้นๆ

4.3 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

กุมภาพันธ์ - ธันวาคม 2539 ประกอบด้วย

4.3.1 เขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

- ช่วงฤดูกาลของผลไม้ อาทิ

มะม่วง : มีนาคม - มิถุนายน ชาวสังคมธุรกิจ

มังคุด : เมษายน - สิงหาคม หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร

ทุเรียน : มิถุนายน - กันยายน

- กิจกรรมผักปลอดสารเคมี

ชาวสังคมธุรกิจ

หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร

4.3.2 ต่างจังหวัด

จัดกิจกรรมตลอดปีร่วมกับงานเทศกาลผักและผลไม้ของ
แต่ละจังหวัด

ชาวสังคมธุรกิจ

หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4 รายการโทรทัศน์

- ตามไปดู	สถานีโทรทัศน์ช่อง 9	วันอาทิตย์	เวลา 14.00 น.
- ทำพิธีสงฆ์	สถานีโทรทัศน์ช่อง 7	วันอาทิตย์	เวลา 16.00 น.
- ที๋อปเทน	สถานีโทรทัศน์ช่อง 9	วันอาทิตย์	เวลา 21.00 น.

4.5 งานเทศกาลผลไม้ของจังหวัดต่าง ๆ ประจำปี 2539

ลำดับ	กำหนดวันจัดงาน	ชื่องานเทศกาลประเพณี	จังหวัด
1.	30 ธ.ค.38-5 ม.ค.39	งานเทศกาลอาหารและผลไม้	นครปฐม
2.	มกราคม	งานวันแตงโม	พังงา
3.	มีนาคม	งานวันชมพูเพชรและของดีทำยาง	เพชรบุรี
4.	มีนาคม - เมษายน	งานวันมะม่วงของดีเมืองแปดริ้ว	ฉะเชิงเทรา
5.	เมษายน	งานเทศกาลวันลิ้นจี่และของดี	สมุทรสงคราม
6.	พฤษภาคม	งานเทศกาลผลไม้และของดีเมืองตราด (งานวันระกำหวาน)	ตราด
7.	พฤษภาคม	งานจัดประกวดผลไม้	นนทบุรี
8.	พฤษภาคม	งานเทศกาลสัปปะรดหวานน้ำ	หนองคาย
9.	พฤษภาคม	งานเทศกาลผลไม้และของดี	ระยอง
10.	มิถุนายน	งานประกวดทุเรียน	อุตรดิตถ์
11.	13 ก.ค. - 19 ส.ค. 39	งานผลไม้หลังสวน	ชุมพร
12.	กันยายน	งานเทศกาลวันลางสาต	อุตรดิตถ์
13.	กันยายน	งานสาร์ทไทยกล้วยไข่	กำแพงเพชร
14.	ธันวาคม	งานเทศกาลส้มสีทองและงานกาชาด	น่าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.6 ขอบเขตของโครงการ

ออกแบบงานโฆษณาลักษณะ Press Ad ขนาด A2 (ภาพสี่) จำนวน 7 ชิ้น
(งานเทศกาลใน 1 เดือน / งานโฆษณา 1 ชิ้น)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5 การออกแบบโฆษณา

5.1 แบบร่าง

5.1.1 แบบร่างงานเทศกาลในเดือนมกราคม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.2 แบบร่างงานเทศกาลในเดือนกุมภาพันธ์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.3 แบบร่างงานเทศกาลในเดือนเมษายน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.4 แบบร่างงานเทศกาลในเดือนพฤษภาคม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.5 แบบร่างงานเทศกาลในเดือนสิงหาคม



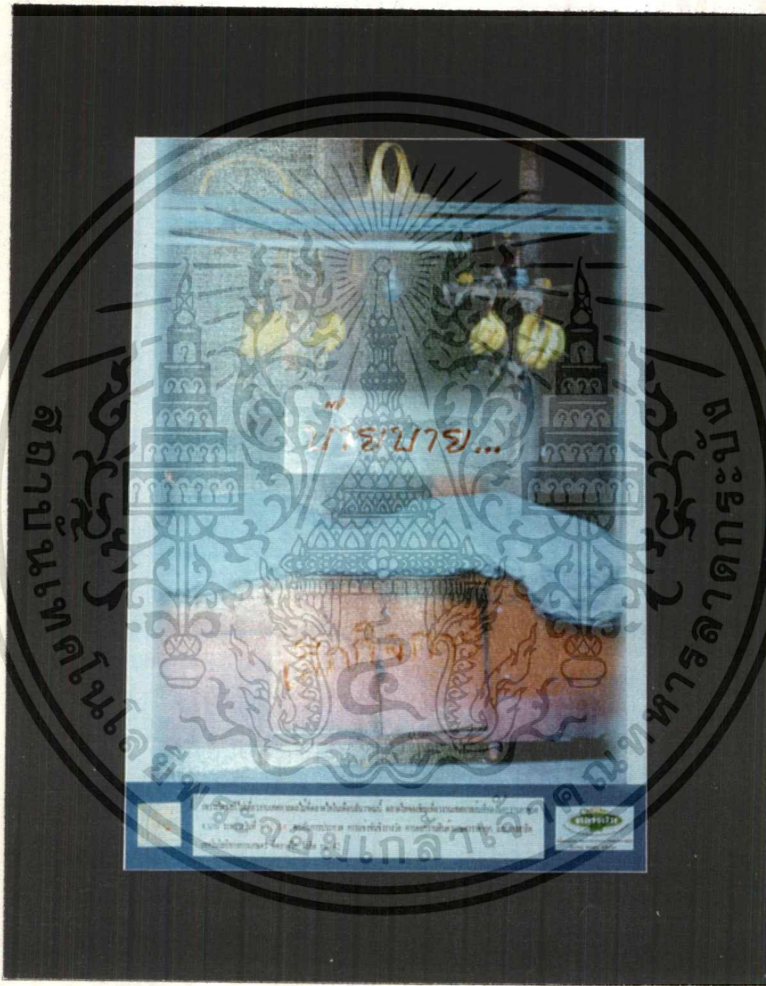
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.6 แบบร่างงานเทศกาลในเดือนพฤศจิกายน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.7 แบบร่างงานเทศกาลในเดือนธันวาคม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2 แบบงานโฆษณาจริง

5.2.1 แบบงานโฆษณาจริงเดือนมกราคม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.2 แบบงานโฆษณาจริงเดือนกุมภาพันธ์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.3 แบบงานโฆษณาจริงเดือนเมษายน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.6 แบบงานโฆษณาจริงเดือนพฤศจิกายน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.7 แบบงานโฆษณาจริงเดือนธันวาคม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 6 บทสรุป

6.1 สรุปผลการออกแบบ

โครงการออกแบบสิ่งพิมพ์เพื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์งานเทศกาลผลไม้ของตลาดไท จัดทำขึ้นเพื่อประชาสัมพันธ์งานเทศกาลผลไม้ของจังหวัดต่าง ๆ ที่ดำเนินการโดยความร่วมมือกันกับตลาดไท โดยมีระยะจัดงาน 13 งานภายใน 7 เดือน งานโฆษณาจัดทำออกมาในลักษณะอุปมาอุปมัย (Anology) ถึงความสำคัญของตลาดเทศกาล รวมทั้งหมดแล้วงานโฆษณาจัดทำออกมา 7 ชิ้น ในรูปแบบ Press Ad

6.2 ปัญหาของโครงการ

ปัญหาของโครงการออกแบบสิ่งพิมพ์เพื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์งานเทศกาลผลไม้ของตลาดไท อยู่ในช่วงการทำงานจริง (Production) โดยเฉพาะการทำสิ่งของ (Prop) ต่างๆ มาจัดองค์ประกอบ (Composition) ภายในภาพเพื่อสื่อถึงความสำคัญของเทศกาลสำคัญ ๆ ประจำเดือนต่างๆ

6.3 แนวทางแก้ไข

แนวทางการแก้ไขปัญหาของโครงการออกแบบสิ่งพิมพ์เพื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์งานเทศกาลผลไม้ของตลาดไท ทำได้โดยการนำเอารูปที่ถ่ายเป็นภาพประกอบ Scan เข้าไปใน Computer จากนั้นก็ตกแต่งภาพ ตามแนวความคิด เพื่อความสมบูรณ์แบบของงาน

6.4 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะต่อโครงการออกแบบสิ่งพิมพ์เพื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์งานเทศกาลผลไม้ของตลาดไท คือควรเพิ่มสื่อที่จะประชาสัมพันธ์งานให้มีความหลากหลายรูปแบบ อาทิ เช่น งานโฆษณาแบบบิลบอร์ด (Billboard) , งานโฆษณาทางโทรทัศน์ (TV) , งานโฆษณาแบบ Bus Side เป็นต้น เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการกระจายข่าวสารให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และที่โครงการนี้ทำเฉพาะ Press Ad เพราะ Press Ad เป็นสื่อโฆษณาที่ใช้งบประมาณไม่มากและได้ผลดี

บรรณานุกรม

ข้อมูลภาคเอกสารงานโฆษณา ตลาดไท , บริษัท ดามาสค์ / บีบีดีไอ จำกัด , 2537

ข้อมูลภาคเอกสารงาน PRESENTATION ตลาดไท , บริษัท ละติจูด จำกัด , 2538



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้