



โครงการออกแบบสิ่งพิมพ์เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านขายวิกผม "นิรวัดแฮร์เซ็นเตอร์ "

โดย

นางสาว อังคณา พรวิศวารักษ์กุล

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาออกแบบนิเทศศิลป์
ให้เป็นไปตามหลักสูตรของการศึกษา
ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต (นิเทศศิลป์)

๑.

เลขหมู่.....	กษ. ๖๑๓.
เลขทะเบียน.....	๒๕๓๘
วัน เดือน ปี.....	๑-๓- 8280
	๒๖ ก.ย. 2538

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

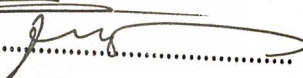
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

.....
(ร.ศ. วิเชียร สุวรรณรัตน์)

คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
..... กรรมการและเลขา
..... กรรมการ
..... กรรมการ

.....


อาจารย์ที่ปรึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย) โครงการออกแบบสิ่งพิมพ์เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้าน "นิรวาวันแฮร์เซ็นเตอร์"
(ภาษาอังกฤษ) ADVERTISING AD. ; NEWRAVAN HAIR CENTER

ชื่อ นางสาว อังคนา พรวิศวารักษ์กุล

สาขา ออกแบบสิ่งพิมพ์ ภาควิชา นิเทศศิลป์

คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ไพบุลย์ ตระกูลใจดี .

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์สำคัญของโครงการนี้ คือ เพื่อศึกษาหาแนวทางการออกแบบที่เหมาะสม พัฒนาการพิมพ์ของสิ่งพิมพ์โฆษณา และขยายกลุ่มเป้าหมายของลูกค้าให้มากขึ้น ร้านขายวิกผม "นิรวาวัน แฮร์ เซ็นเตอร์ " เปิดบริการมานานแล้ว ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นคนในวงการบันเทิง ผู้ที่ออกงานสังคมน้อย ทั้งที่ปัจจุบันนี้ คนพัฒนาขึ้น ยอมรับสิ่งใหม่ๆ มากขึ้น จากกระแสวัฒนธรรมต่างชาติที่พากันหลังไหลเข้ามา วิกผม น่าจะเป็นแฟชั่นสำหรับคนจี๋เปื้อและเป็นประโยชน์สำหรับคนมีปัญหาเรื่องศีรษะได้เช่นกัน ไม่น่าจะเป็นเรื่องน่าอายอีกแล้ว ที่ใครๆ จะหันมาใส่วิกผมกัน.

วิธีค้นคว้าและวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลของร้าน "นิรวาวัน แฮร์ เซ็นเตอร์ "
2. ศึกษาข้อมูลทางการตลาดของคู่แข่งร้าน นิรวาวัน
3. ศึกษาข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย
4. ศึกษาข้อมูลของการทำสิ่งพิมพ์โฆษณา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิติกรรมประกาศ

ด้วยมาถึงตอนนี้ก็เป็นอันว่า...ได้จบการศึกษาแล้ว ทำงานจบครั้งนี้ได้เจอเรื่องราวต่างๆมากมาย มีทั้งสุข เศร้า ทุกข์ใจ เครียด มากมายมากจริงๆ และคงจะผ่านพ้นไปไม่ได้ถ้าขาดบุคคลเหล่านี้ คนที่ทำให้ นึกถึงความคิดที่ว่า ในโลกนี้ยังมีผู้คนที่ดี ๆ อีกมากมายและพร้อมที่จะช่วยเหลือโดยไม่หวังสิ่งตอบแทนอันใด

ขอบคุณด้วยความรู้สึกที่เคารพด้วยใจจริง

พ่อ และ แม่

อาจารย์ วิรัช เมฆสัมพันธ์

อาจารย์ ไพบุลย์ ตระกูลใจดี

พี่เป็ด นิเทศศิลป์ จากที่ 7

KRAFT FO STUDIO

พี่วิมล คนคุม SHOP นิเทศศิลป์

เพื่อนๆ จาก 9ทุกคน

ขอให้รู้ไว้ ณ ที่ตรงนี้ว่า ไม่ว่าจะเวลาจะผ่านไปเท่าไรความดีที่ทุกคนได้ทำไว้จะไม่จางวันลืม

ขอบคุณจริงๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1	
ความสำคัญของโครงการ	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ	
ขอบเขตของโครงการ	
แหล่งข้อมูล	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	
บทที่ 2	
ความเป็นมา	4
สถานที่ตั้ง	
กลยุทธ์ในการโฆษณา	
บทที่ 3	
หลักการโฆษณาและพฤติกรรมผู้บริโภค	6
บทที่ 4	
แนวทางในการออกแบบ	16
แนวความคิดในการออกแบบ	
เสกิตซ์ครั้งที่ 1	18
เสกิตซ์ครั้งที่ 2	23
เสกิตซ์ครั้งที่ 3	28
ผลงานสำเร็จ	32

สรุปผลการวิจัย

1. สิ่งพิมพ์โฆษณาร้านขายวิกผม ต้องเป็นสิ่งพิมพ์ที่ทันสมัย เพื่อให้เหมาะกับตัวสินค้าเอง
2. ก๊อปปี้ ต้องกระชับ เข้าใจง่าย และกระตุ้นให้ผู้บริโภคสนใจ
3. หน้า EDITORIAL AD . ควรมีลูกเล่นที่น่าสนใจ เพื่อให้คนอ่านไม่เกิดความเบื่อที่จะต้องอ่านเนื้อหา
ขอเสนอแนะ

1. ควรตั้งคอนเซ็ปต์ให้ชัดเจนเพื่อไม่ให้เกิดความสับสนในการทำงาน
2. เลือกกลุ่มเป้าหมายที่จะนำมาใช้ให้แน่นอน
- 3 คำนี้ถึงตัวสินค้าว่าจะเล่นได้มากแค่ไหน ถ้าเป็นสินค้าที่เล่นได้เช่น วิกผม ก็สามารถทำโฆษณาที่มันส์ๆได้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของโครงการ

โลกเรามีการพัฒนาและสร้างสรรค์เทคโนโลยีให้ก้าวไกลอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการศึกษา อุตสาหกรรม การบริโภค อุปโภค และอื่นๆอีกมากมายมนุษย์ก็เช่นกัน ยิ่งความเจริญเข้ามามากเท่าใดมนุษย์ก็เริ่มสรรหาสิ่งมาประดับเพื่อแสดงถึงความเจริญ ความมั่งคั่งมากเท่านั้น

ในเรื่องของจิตใจ ก็มีการพัฒนา ให้สูงขึ้น มีความคิดที่จะสร้างสรรค์สิ่งต่างๆมาลบล้างความน่าเบื่อ ความจำเจ ของตนเอง มีการพัฒนา เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย เครื่องสำอางค์ ให้เหมาะสมและทันสมัย มากยิ่งขึ้น ผู้ฉลาด ผู้มีหัวทางการค้าก็อาศัยโอกาสอันนี้สร้างสรรค์สิ่งแปลก ๆออกสู่ตลาดให้วงการตื่นตัวกัน ร้านนิรารัตน์ ก็เช่นกัน เริ่มแรก เปิดมาเพื่อแก้ไขปัญหาให้กับผู้ที่ปัญหาเรื่องศรัษะโดยเฉพาะ อาจจะศรัษะล้านตั้งแต่เกิด หรือเพิ่งมาล้านตอนแก่ และในยุคเริ่มแรก ยังไม่มีใครให้ความสนใจเท่าไรนัก เพราะคำว่า " ของเทียม " นั้นเอง

แต่ต่อมา เมื่องการศัลยกรรมได้เริ่มได้รับความนิยมกันแพร่หลาย พลาสติก ของเทียมทั้งหลายถูกยึดลงในตัวเพื่อความสวยงามและความมั่นใจ วิภพเทียมก็เริ่มมีบทบาทขึ้นมา

ปัจจุบันนี้ ผู้คนเริ่มหันมาสนใจตัวเองกันมากขึ้น สิ่งประเทินความงามทั้งหลายขายดีเทน้ำเทท่า วงการศัลยกรรมบูมสุดขีด แต่ผมเทียม กลับไม่บูมเท่าที่ควร ยังคงจับกลุ่มเป้าหมายได้เฉพาะ คนที่มีปัญหาเรื่องศรัษะ ดารา เกย์ คนในวงการบันเทิง และกลุ่มที่มีความเชื่อมั่นในตนเองอย่างสูงเท่านั้น ทั้งๆที่วิภพสามารถเปลี่ยนบุคลิกไปได้อย่างฉกาจจรรจ์ และยังมีอันตรายน้อยหรือแทบจะไม่มีเลย เมื่อเทียบกับการผ่าตัดทำศัลยกรรมซึ่งมีโอกาสเสียอย่างมาก

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. สร้างสรรค์โฆษณาเพื่อกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายสนใจวิภพและอยากที่จะใส่วิภพ
2. พัฒนาการฟיקจากของเดิมให้ทันสมัยมากยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขอบเขตของโครงการ

1. แคมเปญสิ่งพิมพ์โฆษณาจำนวน 3 ชิ้น
2. โบรชัวร์ ขายวิกผม จำนวน 1 ชิ้น
3. โฆษณาให้ความรู้ ทางหน้านิตยสาร (EDITORIAL AD.) จำนวน 1 คู่

แหล่งข้อมูล

ร้าน นีรวรวัฒน์แฮร์เซ็นเตอร์

90/ 1 ถ.ราชปรารภ พญาไท กทม. 10400 (ปากทางเข้าโรงพยาบาลศูนย์ โอเอ) โทร: 2457776

บริษัท สยามสตูดิโอ จำกัด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สร้างภาพพจน์ที่ดีต่อตัวผลิตภัณฑ์
2. พัฒนารูปแบบของกราฟฟิกให้ทันสมัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

ความเป็นมา

ความเป็นมาของร้านนิรารวัฒน์แฮร์เซ็นเตอร์

เปิดบริการที่สาขาประตูน้ำเป็นที่แรก ให้บริการกับบุคคลทุกวัย ไม่ว่าจะมีความหรือไม่มีปัญหาเกี่ยวกับหนังศีรษะ ปัจจุบันเปิดทั้งหมดสี่สาขา คือสาขาประตูน้ำ สาขาคลองเตย สาขาปิ่นเกล้า สาขางามวงศ์วาน เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในวงการบันเทิง และแฟชั่น มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางหน้าสิ่งพิมพ์ โฆษณาและเป็นสปอนเซอร์ให้กับรายการต่างๆทางโทรทัศน์

กลุ่มเป้าหมาย ประชาชนทั่วไป

ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ 1. ดาราและผู้ที่อยู่ในวงการบันเทิง

2. ผู้ที่มีปัญหาเรื่องหนังศีรษะล้าน

ราคาของวิกผม - คุณภาพมีตั้งแต่ในลอนจนถึงผมแท้

- ราคาอยู่ในระดับ 1000 บาทขึ้นไป

การดูแลรักษาวิกผม

- วิกในลอน

ใช้หวีแปรงห่าง

ล้างด้วยแชมพูสำหรับวิกโดยเฉพาะ

ใช้ไคร์เป่าผมเท่านั้น

- วิกในลอนแฟชั่น

ใช้มือสาบ

ล้างด้วยแชมพูสำหรับวิกโดยเฉพาะ

ห้ามใช้ไคร์เป่าผม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- วิกิพีเดีย

รักษาเหมือนพีเดียทุกอย่าง

ทรงของวิกิ มีตั้งแต่ทรงชอยธรรมดา บ๊อบ ผมหยา ผมหยิก ผมหลอด ผมหแพ้งัน สไคล์แปลกๆ
หลายสีสัน ใช้สำหรับใส่ในงานปาร์ตี้ แฟนซี หรืองานแสดงต่างๆ

การประชาสัมพันธ์ทางการตลาด

มีแผนกราฟฟิคเป็นของตนเองออกเฉพาะสิ่งพิมพ์โฆษณา มีสื่อทางด้านนิตยสารและหนังสือพิมพ์

นิตยสาร ได้แก่ แพรว ดิฉัน ทิวพุด ขวัญเรือน กุลสตรี แฟชั่นรีวิว ผู้หญิงวันนี้

สื่อทางหนังสือพิมพ์ - ลงเป็นคอลัมน์ข่าว-คำ เล็กๆ บอกแต่รายละเอียดที่จำเป็น

สื่อทางโทรทัศน์ - เป็นสปอนเซอร์ให้ใช้วิกิพจนานุกรมกับรายการโทรทัศน์ต่างๆ และโดยส่วนใหญ่

รายการต่างๆก็จะใช้วิกิพจนานุกรมเท่านั้น

คู่แข่ง นับว่าตลาดทางด้านซื้อขายวิกิพจนานุกรมค่อนข้างแคบ แม้ว่าในระยะ 3-4ปีที่ผ่านมาคนจะหันมาใช้วิกิ
กันมากขึ้น แต่ตัวตลาดก็ยังค่อนข้างจำกัด เพราะวิกิทรงหนึ่งใส่ได้นาน อีกทั้งมีนิรนามแฮร์เซ็นเตอร์ซึ่ง
เป็นศูนย์บริการที่ใหญ่มากตั้งอยู่ก่อนแล้ว จึงไม่ค่อยมีร้านอื่นมาขอแฮร์ตลาดด้วย

หลักการโฆษณาและพฤติกรรมผู้บริโภค

การวางแผนยุทธวิธีการสร้างสรรค์งาน

กระบวนการวางแผนงานและสร้างสรรค์งานโฆษณา

การทำงานโฆษณาเป็นงานที่ร่วมกันสร้างขึ้นโดยการร่วมมือจากหลายๆฝ่าย การวางแผนงานสร้างสรรค์จึงต้องดำเนินไปสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ได้มาไว้โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ยุทธวิธีทางการตลาด การวิจัย (RESEARCH) ในการวางแผนงานโฆษณาสิ่งที่จำเป็นต่อการวางแผนงานก็คือข้อมูลหรือข้อเท็จจริง เพื่อให้การวิเคราะห์และสรุปปัญหาแล้วนำมาพัฒนาแก้ไขแล้วดำเนินการวางแผนไปในแนวทางที่ถูกต้อง สิ่งจำเป็นต่อการวิจัยคือ

1.1 การวิเคราะห์สินค้า นักโฆษณาต้องรู้จักสินค้าที่ทำการโฆษณาเป็นอย่างดี

1.2 การวิจัยผู้บริโภค ต้องทราบภูมิหลัง ความต้องการและแนวโน้มที่สามารถจะนำมาเป็นประโยชน์ในการโน้มน้าวจิตใจได้

1.3 การวิจัยตลาด การทราบถึงตลาดที่สินค้าจะออกจำหน่ายจะช่วยให้สามารถกำหนดงานได้อย่างถูกต้อง

1.4 คู่แข่ง เราจำเป็นต้องรู้จักคู่แข่งดีพอๆกับรู้จักตัวเอง และควรจะทราบถึงแนวโน้มในการดำเนินกลยุทธ์ของคู่แข่งด้วย

2. ยุทธวิธีการสร้างสรรค์ การรับข้อมูล (BRIEF) เมื่อรับตัวข้อมูลการวิจัยมาแล้ว ถ้าเป็นกรณีสินค้าใหม่ในตลาด ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า การตลาดและคู่แข่งขั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่ง

ข้อมูลที่ฝ่ายคิดสร้างสรรค์ได้รับจะต้องละเอียดมาก แต่ถ้าเป็นสินค้าเก่าๆ ข้อมูลอาจเป็นข้อความสั้นจึงต้องการให้ฝ่ายคิดสร้างสรรค์ทำอะไรหรือช่วยแก้ปัญหาอะไร ข้อมูลที่สำคัญจะประกอบด้วย

- ตัวสินค้า (PRODUCE) ว่ามีส่วนประกอบรูปร่างหน้าตาอย่างไร ปริมาณเท่าใด ราคาอย่างไร
- ตำแหน่งของสินค้าในตลาด หรือตำแหน่งที่ต้องการจะให้ เป็น (PRODUCE POSITING)
- กลุ่มเป้าหมาย (TARGET) ว่าใครมีคุณสมบัติอย่างไร
- สถานการณ์ทางการตลาดของสินค้าประเภทนั้น (MARGET SITUATION) ว่าเป็นอย่างไ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- คู่แข่งขัน (COMPETITION) มีใครบ้างที่เป็นคู่แข่งกัน คุณสมบัติ ลูกค้ำของคู่แข่งกัน ในท้องตลาด เปรียบเทียบกับสินค้าของเรา

- เป้าหมายของการโฆษณา (advertising objective) ต้องการผลอย่างไรในการโฆษณา การวิเคราะห์ (ANALYSIS) วิเคราะห์ข้อมูลออกมาเข้าสู่การออกแบบ

เมื่อได้รับข้อมูลออกมาแล้วฝ่ายสร้างสรรค์จะสรุปสถานการณ์ทั้งหมด และเสนอแนวทางในการสร้างงานนั้นๆ การสรุปสถานการณ์จะเกิดจากการวิเคราะห์ซึ่งมีแนวทางดังต่อไปนี้

- ตัวสินค้า (PRODUCE) โดยธรรมชาติแล้วสินค้าที่จะใช้ทำโฆษณาจำแนกออกเป็นสินค้าประเภทไหน เป็นสินค้าที่ต้องเวลาในการตัดสินใจซื้อ หรือเป็นสินค้าที่ผู้ซื้อไม่ต้องใช้เหตุผลและความคิดในการซื้อสินค้า ประกอบด้วยอะไร ลักษณะที่บ่งชี้ การจัดงาน วิธีการใช้และสามารถจะดึงดูดจุดไหนได้บ้างมาเป็นเอกลักษณ์และภาพพจน์เฉพาะต่อสินค้านั้นๆ

- จุดเด่น จุดด้อยของสินค้า สินค้าของเรามีอะไรบ้างเป็นจุดเด่น เพื่อจะสามารถนำมาเป็นแนวทางในการสร้างภาพพจน์ของสินค้า มีอะไรเป็นจุดด้อย เพื่อที่จะได้หลบเลี่ยงการเสนอสินค้าในช่วงนี้ หรือจะเสนอในรูปแบบที่ใช้จุดด้อยมาเป็นจุดสนับสนุนจุดเด่นให้สามารถแสดงออกได้อย่างชัดเจน

- การสื่อกลุ่มเป้าหมาย เมื่อเลือกกลุ่มเป้าหมายแล้ว จะต้องใช้คำพูดและองค์ประกอบต่างๆให้เหมาะสมกับรสนิยม และความคิดของกลุ่มเป้าหมายนั้นๆ จะช่วยให้สารที่ต้องการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว

- คู่แข่งขัน ต้องทราบถึงว่าขณะนี้คู่แข่งกันกำลังทำอะไร และมีแนวโน้มจะอย่างไรในอนาคต ตัวเรามีนโยบายอย่างไรในการปะทะกันในอนาคต จะต่อสู้กันตรงๆหรือหลบเลี่ยง ถ้าจะปะทะกันตรงๆเราจะต้องแสดงภาพพจน์ในสินค้าของเราให้เหนือกว่าคู่แข่งกันได้ได้กลับมา ถ้าจะหลบเลี่ยงเราให้แตกต่างกับจุดเด่นของคู่แข่งกันและหาโอกาสต่างกัน

การหาแนวความคิด

เป็นการถ่ายลักษณะรูปแบบที่ได้มาจากการวิเคราะห์โดย CONCEPT จะทำหน้าที่เป็นแกนในการนำเสนอรูปแบบงานต่างๆซึ่งส่วนใหญ่ CONCEPT ของตัวงานจะพบเห็นได้จาก SLOGW หรือ พาดหัวใน AD. เมื่อได้ CONCEPT ในการทำงานแล้วต่อไปจะเป็นการดำเนินงานและวางแผนโฆษณาใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ช่วงระยะเวลาหนึ่งเช่น CAMPAEGH นี้จะใช้ในช่วงแนะนำสินค้า 3 เดือนแรก โดยใช้สื่อต่าง ๆ ประเภทนี้เจาะตลาดช่วงนี้หวังผลในระดับนี้ พอถึง 3 เดือน จะออกแคมเปญใหม่ โดยยึดคอนเซ็ปต์เดิมหรืออาจจะเปลี่ยนเป็นการส่งเสริมการขาย มีการลด แลก แจก แถม เป็นช่วงๆ เพื่อเป็นตัวช่วย FOLLOW UP CAMPAIGN และย้ำเตือนผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลา

วัตถุประสงค์ของแผนงานสร้างรค์โฆษณา

ในการกำหนดวัตถุประสงค์ในแผนงานโฆษณา สามารถแบ่งออกได้ดังนี้

ก. จุดประสงค์ด้านจิตวิทยา คือเราต้องการให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึก เกิดความเข้าใจอะไรบางอย่างเช่น

- เพื่อให้ผู้บริโภครู้จักวิธีใช้สินค้า
- เพื่อให้ผู้บริโภคยอมรับว่าสินค้าเรามีคุณภาพ
- เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความภูมิใจในการใช้สินค้า เป็นต้น

ข. จุดประสงค์ทางพฤติกรรม คือ เราต้องการให้ผู้บริโภคแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมาเช่น

- เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคยอมรับใช้สินค้า
- เพื่อเร่งให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าบ่อยยิ่งขึ้น
- เพื่อให้ผู้บริโภครีบซื้อสินค้าในเวลาจำกัด
- เพื่อให้ลูกค้าแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายละเอียดของสินค้า เป็นต้น

ค. จุดประสงค์ทางด้านภาพพจน์ของบริษัท คือ การที่เราจะให้ลูกค้าเกิดทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับบริษัทเช่น

- เพื่อให้ผู้บริโภคเห็นว่าบริษัทเป็นผู้มีความสามารถ
- เพื่อให้ผู้บริโภคเห็นว่าบริษัทเป็นผู้ผลิตที่เชื่อถือได้ เป็นต้น

ง. จุดประสงค์ด้านการตลาด คือจุดประสงค์รวมๆ ที่ก่อให้เกิดผลทางธุรกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับตัวแทน

จำหน่าย พ้อคำปลีกและพนักงานขาย เช่น

- เพื่ออุปสงค์สินค้าในตลาด
- เพื่อให้พ้อคำขายปลีกเห็นว่าสินค้าเราสนองความต้องการผู้บริโภคได้ดี ซึ่งจะช่วยให้ขายสินค้านั้นได้ง่าย

3. ยุทธวิธีในการซื้อสื่อ ยุทธวิธีในการซื้อสื่อจะมีบทบาทสำคัญ โดยทำหน้าที่เป็นพาหนะนำการ

สร้างสรรค์ของเราไปสู่กลุ่มเป้าหมาย(ผู้บริโภค)สื่อจำเป็นเสมือนเป็นพาหนะที่จะช่วยให้ยุทธวิธีทางการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และยุทธวิธีสร้างสรรค์บรรลุเป้าหมายในการจะเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมายทางการตลาด

ในกรณีซื้อสื่อการเลือกสื่อนั้นจะต้องคำนึงถึงหลักที่ว่าสื่อแต่ละสื่อมีผู้อ่านผู้ฟังเฉพาะของตัวตามทฤษฎีเนื้อหาสาระของสื่อ จึงทำให้สื่อต่าง ๆ นั้นมีข้อจำกัด และมีทั้งความแน่นอนในการนำข่าวสารเข้าสู่กลุ่มเป้าหมาย การเลือกซื้อสื่อจึงต้องคำนึงถึงความเหมาะสมกับข่าวสารที่จะส่งไปก่อน

หลักสำคัญของการกำหนดกลยุทธ์ในการเลือกสื่อโฆษณา

1. ต้องการเข้าถึงใคร
2. คนที่ต้องการนั้นอยู่ที่ไหน
3. ต้องการเข้าถึงเมื่อใด
4. ต้องการเข้าถึงบ่อยแค่ไหน
5. ต้องการเข้าถึงด้วยวิธีใด
6. คู่แข่งใช้กลยุทธ์ในการใช้สื่อโฆษณาอย่างไร

เมื่อกำหนดกลยุทธ์ในการเลือกสื่อโฆษณาแล้ว การกำหนดกลยุทธ์ในการใช้สื่อต่างๆ ที่เลือกแล้วให้มีประสิทธิภาพยังต้องคำนึงถึง

1. FIGHTING การเข้าออกของสื่อต่างๆ จะต้องจัดเวลาการเข้าออกของสื่อต่างๆ ให้เหมาะสมและส่งเสริมกัน กระจายงบประมาณในการใช้สื่อให้สามารถให้ผู้บริโภคเห็นตลอดทั้งปี และระยะเวลาการเข้าออกของสื่อต่างๆ จะต้องไม่นานหรือสั้นเกินไป

2. CONCENTRATION ไม่ควรกระจายงบการใช้สื่อจนเบาบางเกินไป ควรจะมีช่วงการส่งเสริมการขายหลักและมีช่วงสั้น ๆ คอยสนับสนุนเป็นระยะ

3. MEDIA DOMINANCE การเลือกจังหวะในการเสนอสื่ออื่นๆ เช่น เลือกเวลาก่อนอาหาร เลือกปกครองในนิตยสาร เลือกปกสี่สีเต็มหน้าในนิตยสารผู้หญิง การวางแผนซื้อสื่อถ้าสามารถสร้าง MEDIA DOMINANCE ได้ จะให้เข้าถึงผู้บริโภคได้สูงกว่าคู่แข่ง

4. PLACEMENT SIZE EDITORIAL MATERIAL SPONSORSHIP MEMBER OF AD. จัดวางสื่อได้เหมาะสมกับข้อความโฆษณา เลือกนิตยสาร เลือกช่วงเวลาในรายการวิทยุ เลือกเวลาที่คนดูโทรทัศน์ได้เหมาะสมกับข้อความโฆษณา รวมถึงการควบคุมเจ้าของกิจการสื่อไม่ให้เกิดการโฆษณาสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางในการออกแบบ

แนวความคิดในการออกแบบ

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการตลาด

- ความเป็นมาของแบรนด์

ตัวสินค้า - วิกผมนิวราวัตน์แฮร์เซ็นเตอร์

- กลุ่มเป้าหมายของแบรนด์

เพศ - หญิงและชายทั่วไปที่มีและไม่มีปัญหาเรื่องผม

อายุ - ไม่จำกัดอายุ

ฐานะทางการเงิน - มากกว่า 12000 บาท ต่อเดือน

อุปนิสัย - มั่นใจในตนเองสูง ชอบลองสิ่งแปลกใหม่ท้าทาย

กลุ่มเป้าหมายที่เลือกนำมาใช้

เพศ - หญิง

อายุ - 22 ปีขึ้นไป

ฐานะทางการเงิน - มากกว่า 12000 บาทต่อเดือน

อุปนิสัย - เป็นผู้หญิงวัยทำงาน มีความสนใจในตนเอง ใส่ใจต่อสิ่งรอบตัว รักสวยรักงาม มีความมั่นใจ แต่ไม่กล้าที่จะลองสิ่งใหม่ และ แปลกไปกว่าคนปกติเค้าทำกันเท่าไร มีนิสัยละเอียดลออ ชอบขีดเขียน ชอบวาดรูป ชอบจัดบันทึก และเป็นคนขี้เบื่อ

ปัญหาของPRODUCE - ไม่มี

- ไม่มีคู่แข่ง เพราะตอนนี้ถือว่า ร้านนิวราวัตน์ อยู่ในระดับ A และยังมี

มีแบรนด์ อื่นมาขอแชร์ตลาดด้วย

จุดมุ่งหมายในการทำโฆษณาของร้านนิวราวัตน์

- รักษาภาพพจน์ของร้านให้ติดตา ผู้บริโภค

จุดมุ่งหมายในการทำโฆษณาของเรา

- พัฒนาการทำสิ่งพิมพ์โฆษณาร้านขายวิกผมให้ทันสมัยมากกว่าที่เป็นอยู่

- ขยายกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้นไปกว่าเดิม ให้คนทั่วไปรู้สึกได้ว่า ตัวเองก็ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลักการงานของโยษณา

ขั้นตอนในการเลือกซื้อและตัดสินใจ

- เริ่มเบื่อผม
- คิดจะตัด ตัด หรือ ย้อม ผม
- ความรู้สึกที่เกิดขึ้นครั้งแรก กลัวไม่สวย ไม่แน่ใจ
- ความคิดขั้นที่สอง เริ่มหาข้อมูล เกี่ยวกับการเปลี่ยนบุคลิก เปลี่ยนทรงผมตนเอง
- เห็นโฆษณาตามหน้าหนังสือพิมพ์ ตามนิตยสาร เริ่มตัดสินใจ
- เห็นโฆษณาขายวิกผม
- เริ่มคิดถึงวิกผม
- หาข้อมูลเพิ่มเติม เช่น เดินทางไปลองที่ร้าน หรือหาหนังสืออ่าน
- ตัดสินใจได้ เริ่มเลือกซื้อวิก

การทำงานของโยษณา อยู่ในช่วงที่คนจะเห็นโฆษณาวิกผม เพราะฉะนั้นโฆษณาจะต้องโน้มน้าว และดึงดูดความสนใจของคนดูให้หยุดอ่านให้ได้

กลยุทธ์ในการโฆษณา เลือกทำสื่อสิ่งพิมพ์ เพราะว่า สิ่งพิมพ์โฆษณาเป็นสื่อที่ต้นทุนไม่สูงเท่าโทรทัศน์ เขาถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทั่วถึง ราคาของนิตยสารไม่แพงจนเกินไป และสามารถบอกรายละเอียดของสิ่งที่ต้องการจะบอกได้อย่างชัดเจน

ไอเดีย ผู้หญิงที่มีความมั่นใจใจตนเอง แต่ความคิดขั้นแรกของเธอยังไม่กล้าใส่วิกเพราะยังไม่รู้จักข้อมูลของสิ่งที่เธอต้องการจะใส่อย่างเพียงพอ

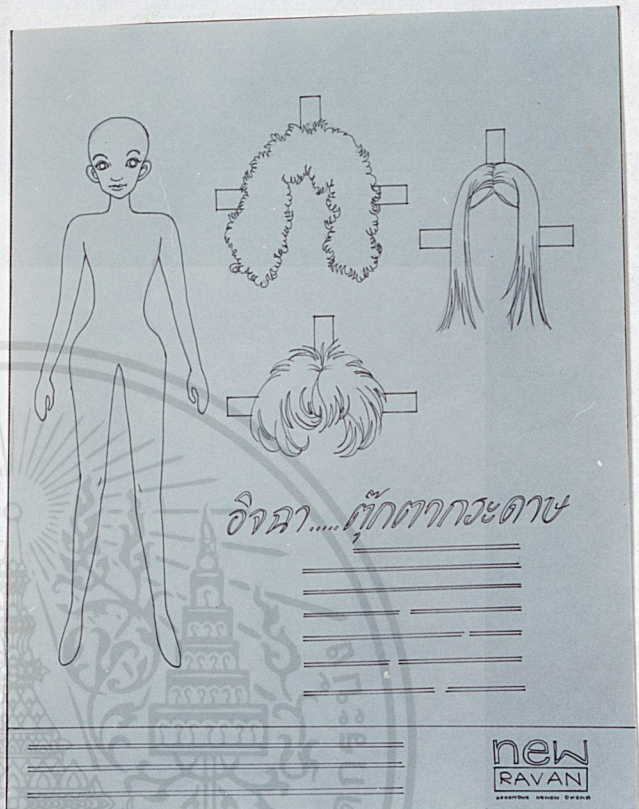
บ๊ิกคอนเซปท์ อยาก..... แต่ไม่กล้า

สเก็ตชกรังที่ 1 (THUMENAL SKETCH)



จะเปลี่ยนตัวเองยังไง.... เปลี่ยนผมนี้
ก็เปลี่ยนได้แค่แนวระตาง

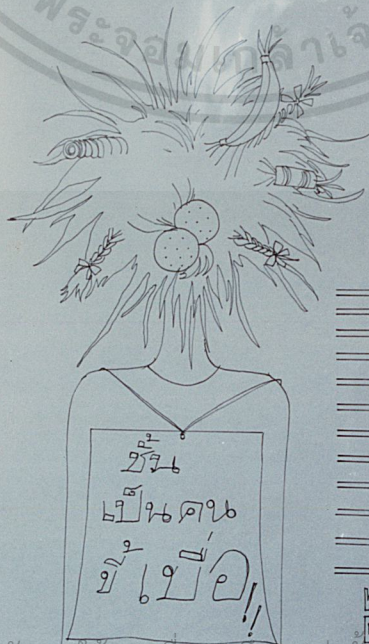
new
RAVAN



อึจลา.... ทั่วตากระตาง

new
RAVAN

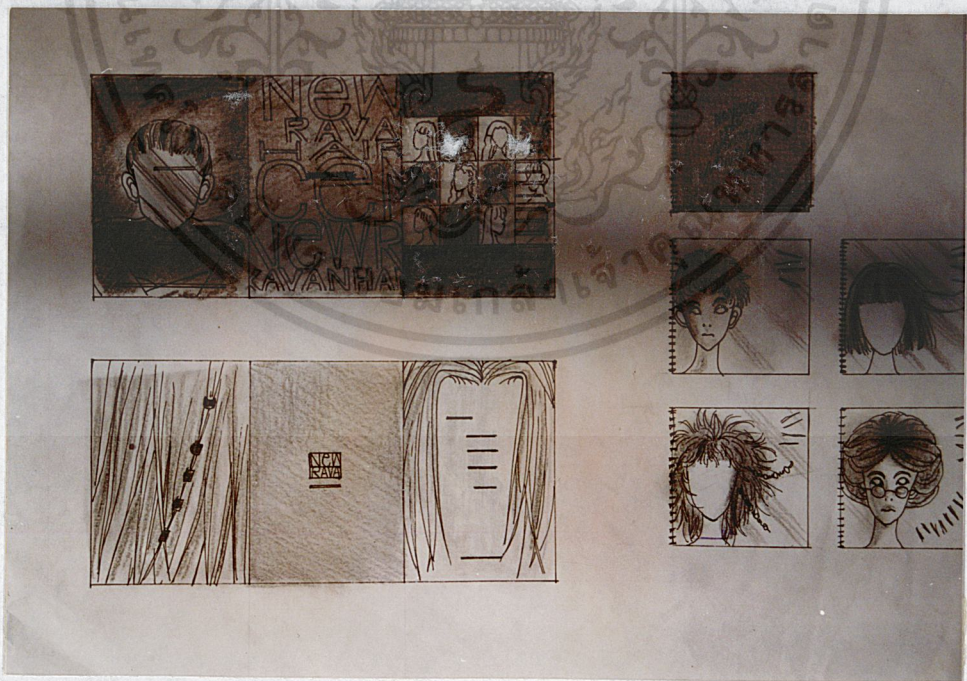
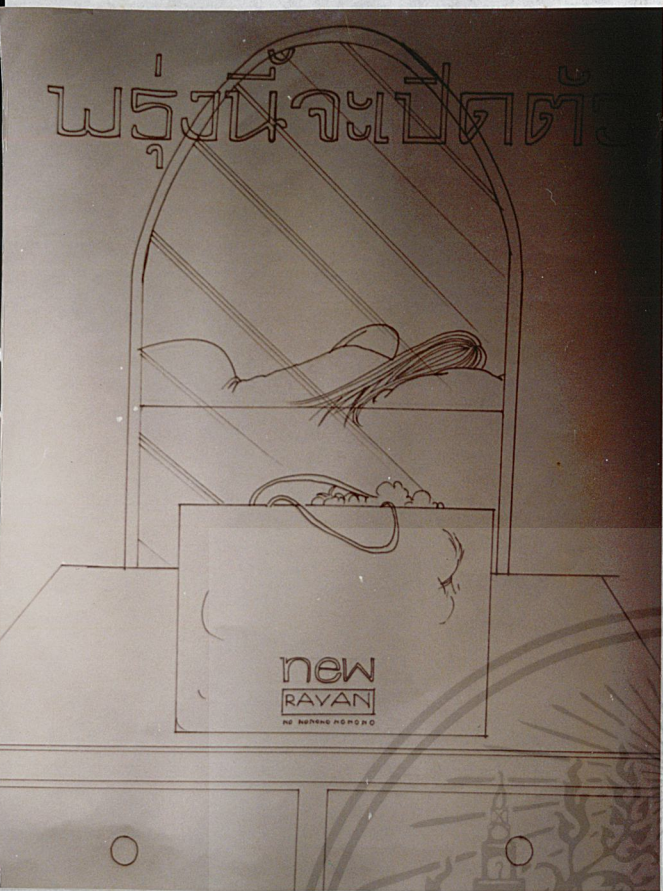
อยากบัก... แต่ที่ล้านแค่แนวระตาง



ขี้
เป็นคิน
ขี้เข็!

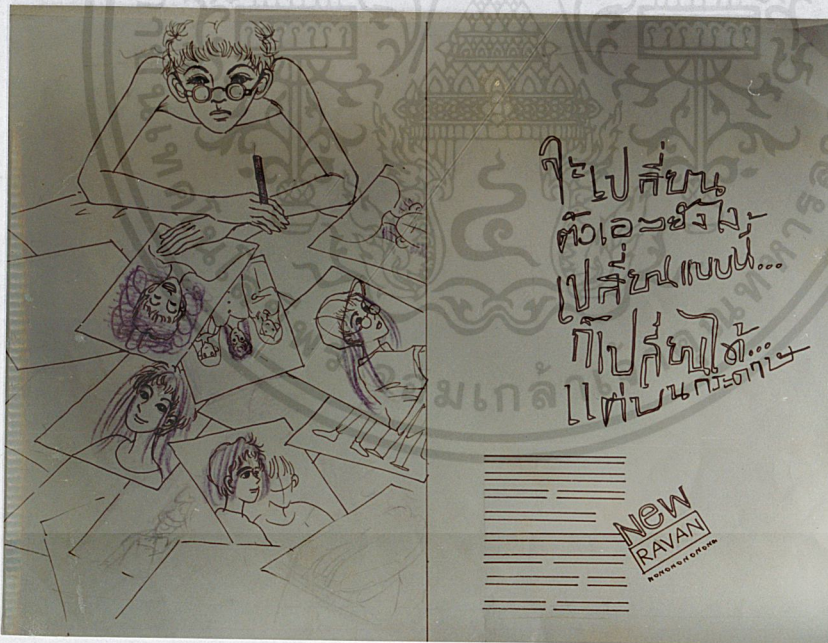
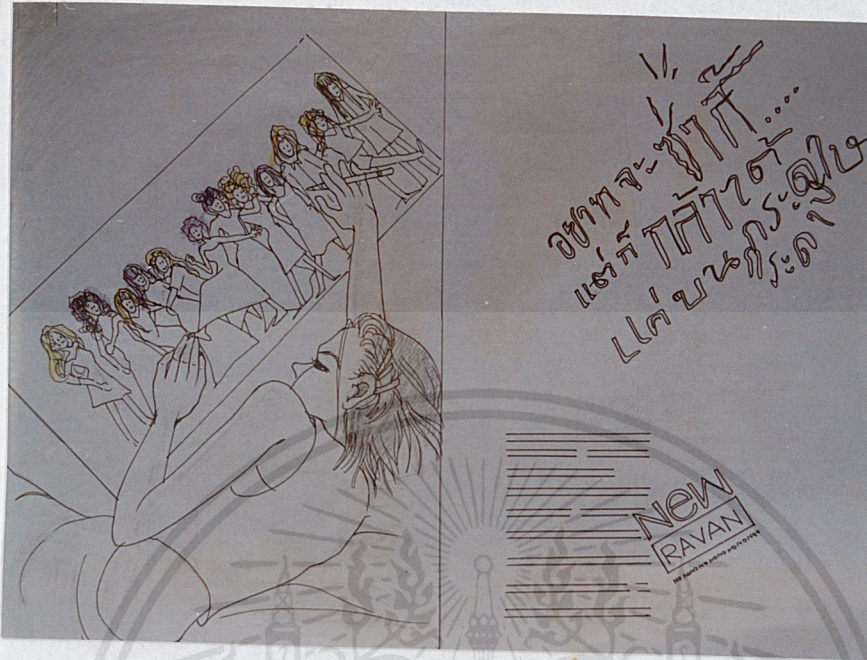
new
RAVAN

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สเก็ตช์ครั้งที่ 2 (COM .SKETCH)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Black Hair



ductives and w long blue and rose periods had slightly influ early drawing. It might well have been disappointing for the Lichtenstein to find these European developments in painting

the amusement park and beach, Coney Island or the subway offered him all the subject matter he could desire.

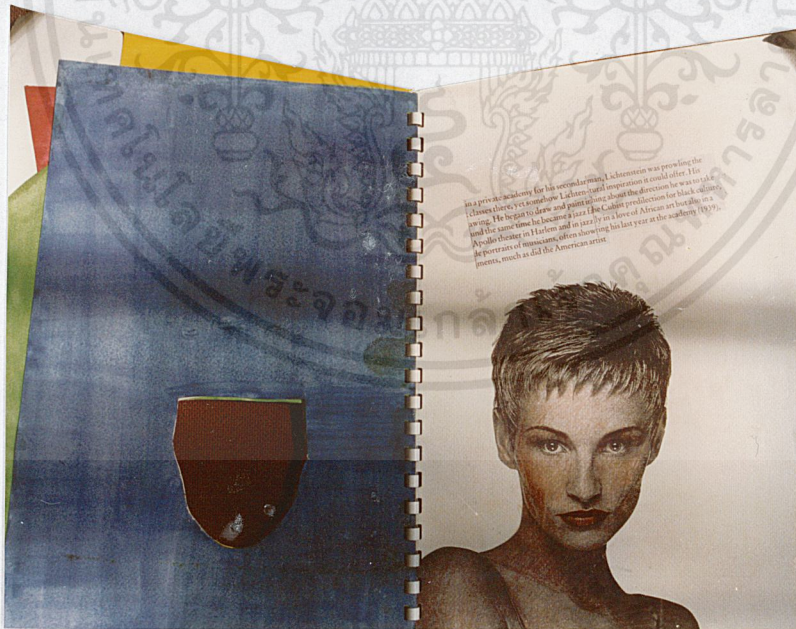
While Lichtenstein was at the Art Students League he had sketched similarly vernacular slices of New York life: the Be



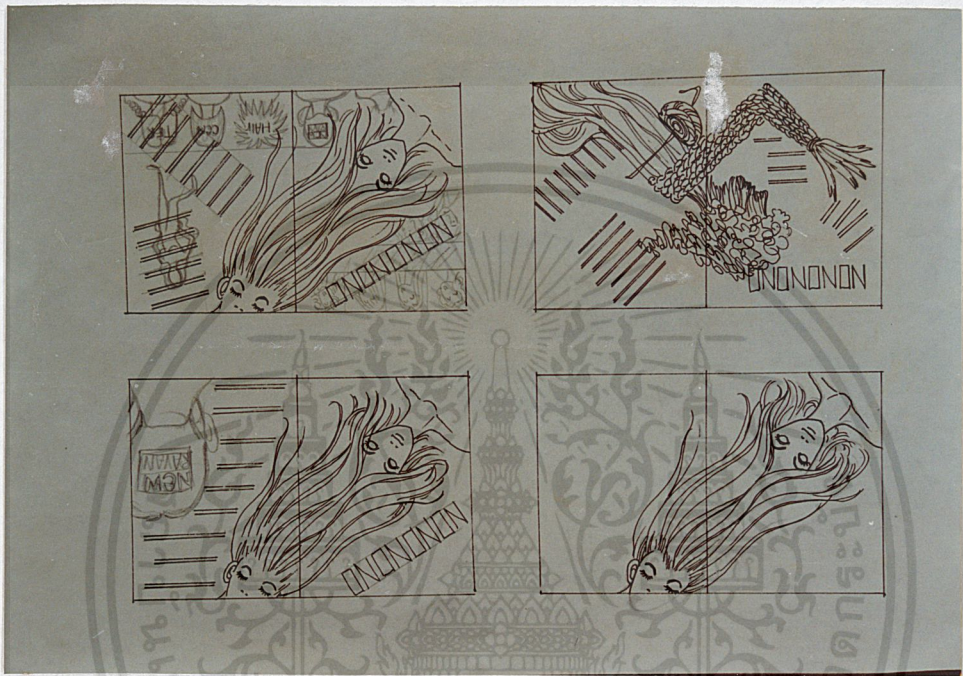
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



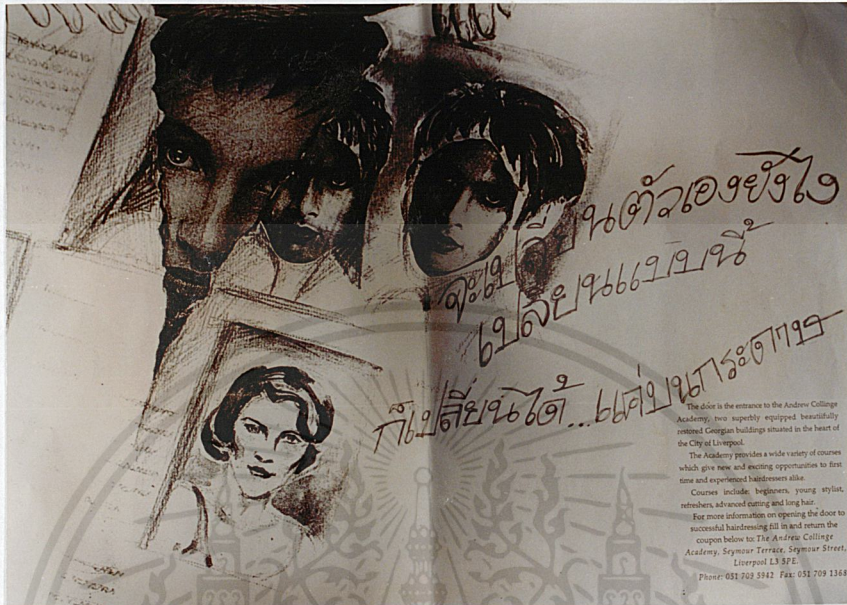
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



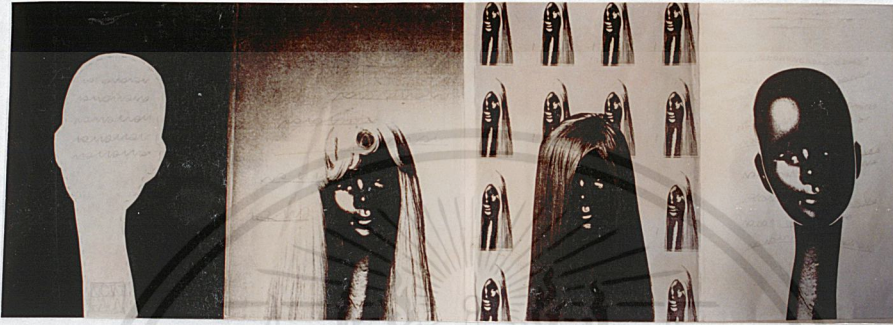
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สเก็ตช์ครั้งที่ 3 (COM .SKETCH)

บอร์ดัวร์ให้ความรู้เกี่ยวกับวิกผม



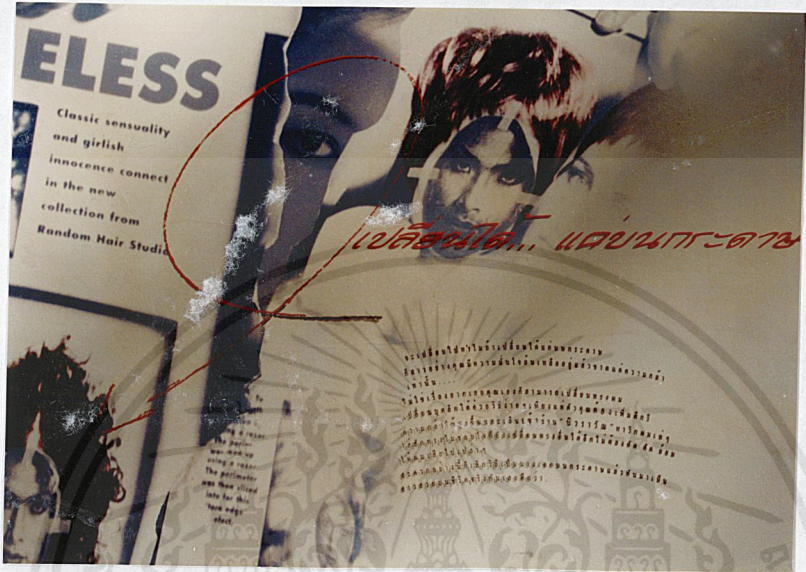
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

งานจริง

แคมเปญสิ่งพิมพ์โฆษณา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กอบปี่สิ่งพิมพ์โฆษณา

แคมเปญสิ่งพิมพ์โฆษณา จำนวน 3 ชิ้น

ชิ้นที่ 1 HEAD - อยากจะซาส ... แต่ก็กล้าได้แคบนกระดาศ

COPY - โธ! สาวอยากซาส แต่มีความกล้าแคบนกระดาศ แล้วอย่างนี้เมื่อไหร่จะได้สวยไคซาสกันจริงๆละ... จริงๆแล้วไม่ใช่เรื่องยากเลยเพราะสาวอย่างคุณก็มีความมั่นใจเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ขอแต่เพียงตัวคุณต้องเพิ่มดีกรีความกล้าให้สูงขึ้น และเดินเขาราน " นีรวาวัน " หาวิกผมเท่ๆใส่สักทรง ไม่ชอบใจก็ยังไม่เปลี่ยนทรงอื่นได้อีก ไม่ต้อง ตัด ตัด ย่อม ให้ผมเสียไปเปล่าๆ สะดวกอย่างนี้ ก็ตัดสินใจเป็นสาวเซอร์ ... สาวซาส บนชีวิตจริงกันเลยทีเดียว .

ชิ้นที่ 2 HEAD - อัจฉา ... ตุ๊กตากรดาศ

COPY - ถ้าความอัจฉาเกิดกับตุ๊กตากรดาศ เพียงแค่เปลี่ยนทรงผมได้ง่ายๆก็เลิกอัจฉาไปได้เลย เพราะคุณเองก็สามารถทำได้และดีกว่าด้วยวิธีง่าย ๆ ... เพียงแต่ตัวคุณต้องเพิ่มดีกรีความกล้าให้สูงขึ้นและเดินเขารานนีรวาวัน หาวิกผมเท่ๆใส่สักทรง ไม่ชอบใจก็ยังไม่เปลี่ยนทรงอื่นได้อีก ไม่ต้องตัด ตัด ย่อม ให้ผมเสียไปเปล่าๆ ... สะดวกอย่างนี้ก็เลิกคิดอัจฉาตุ๊กตากรดาศกันดีกว่า.

ชิ้นที่ 3 HEAD - เปลี่ยนได้ ..แคบนกระดาศ

COPY - จะเปลี่ยนไปทำไม ถ้าเปลี่ยนได้แคบนกระดาศ ก็สาวอย่างคุณมีความมั่นใจจนเหลืออยู่แล้วขาดแคความกล้าเท่านั้น ...

ไม่ใช่เรื่องยากเลยคุณเองก็สามารถเปลี่ยนทรงผม เปลี่ยนบุคลิกได้ด้วยวิธีง่าย ๆ เพียงแต่ตัวคุณต้องเพิ่มดีกรีความกล้าให้สูงขึ้นและเดินเขาราน " นีรวาวัน " หาวิกผมเท่ๆใส่สักทรง ไม่ชอบใจก็ยังไม่เปลี่ยนทรงอื่นได้อีก ไม่ต้อง ตัด ตัด ย่อม ให้ผมเสียไปเปล่าๆ สะดวกอย่างนี้ก็เลิกวิธีเป็นนางเอกบนกระดาศแล้วหันมาเป็นสาวสวยบนชีวิตจริงกันเลยทีเดียว.

งานจริง

EDITORIAL AD.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

- หนังสือ แพรว ฉบับที่ 417 ปีที่ 10 เดือน เมษายน 2537
- หนังสือ แพรว ฉบับที่ 418 ปีที่ 10 เดือน เมษายน 2537 คอลัมน์ " ผมคือผมไม่จริง
ขอมุกจากการสัมภาษณ์
- ร้าน " นีรวาวัฒน์ แอร์ เซ็นเตอร์ " 90/1 ถ. ราชปรารภ มักกะสัน กรุงเทพฯ
- บ. สยามสตูดิโอ จำกัด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้