

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

โครงการ ออกแบบสิ่งพิมพ์ ๒

สิ่งพิมพ์เพื่อการโฆษณาผลิตภัณฑ์ด้วยรูปโคนิก้า



เลขามู.....
เลขทะเบียน..... **86614**
วัน,เดือน,ปี... **2.6 S.ค. 2551**

.b. **10872176**
i.....

ภาคนี้พบฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง ของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาตรีศิลปศาสตรบัณฑิต ภาควิชานิติศาสตร์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา ๒๕๓๑ - ๒๕๓๒

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนำ

โครงการพิเศษสิ่งพิมพ์โครงการโฆษณาผลิตภัณฑ์โคนิก้าเป็นโครงการที่ผมเลือกมาเพราะคิดว่า การเลือกท่านลิตกัณฑ์เกี่ยวกับการถ่ายรูปลือกระชอัครูปลีและฟิล์มสีนั้นสามารถที่จะแสดงความคิดออกมาได้อย่างกว้างไกลมากจึงนำเอามาทำ สำหรับการทำงานนั้นพยายามบังคับตัวเองว่าเป็นคนนอกแบบจริง ๆ และมีลูกค้ำจริง ซึ่งเราต้องทำตามที่เขาต้องการให้ได้ แม้จะไม่ชอบก็ตามและต้องเสนอให้ออกมาในรูปแบบที่สวยงามและตรงตามแนวความคิดที่วางไว้ให้ได้มากที่สุด แม้จะมีปัญหาบ้างทางด้านเทคนิคต่าง ๆ แต่ก็ได้พยายามอย่างเต็มที่ที่จะให้งานออกมาก็สมบูรณ์ที่สุดเท่าที่ ผมจะมีความสามารถทำได้ในขณะนี้ ปัญหาที่เกิดขึ้นมากมายนั้นก็เก็บเอาไว้พิจารณาในการทำงานครั้งต่อไป สิ่งที่ยังไม่รู้ก็คงจะใคร่รู้เมื่อได้ทำงานมากขึ้น ซึ่งคิดว่ามีอีกมากมาย เท่าที่ผ่านมาเป็นแค่เพียงเล็กน้อยแต่ก็นับว่ามีประโยชน์

ดังนั้นในการทำงานโครงการพิเศษสิ่งพิมพ์ ๒ นี้ผมจึงพยายามทำงานตามความต้องการของตัวเองบ้างของคนอื่นบ้าง แต่ก็ทำเต็มที่แล้วเพื่อสนองความคิดที่มีอยู่อย่างสมบูรณ์ที่สุดจะเป็นอย่างไร คนดูเท่านั้นที่จะตัดสินผลงานย่อมแสดงได้หลายอย่างตามที่เห็น

กฤษกา บัวบุตรา

๕ มี.ค. ๓๒

กิติกรรมประกาศ

ความสำเร็จทั้งหมดนี้ของผม ผมขอขอบคุณทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือแนะนำให้กำลังใจ ทิศิง ถากถาง เสียแรงเสียสมองกับผมอย่างมากทุกท่าน คงไม่ต้องออกชื่อ เยอะมากเลยเพื่อที่จะให้งานเสร็จออกมาจนได้ ขอขอบคุณมากครับ

ขอบคุณอย่างสูง

กฤษดา บัณฑิต



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | |
|------------------------------------|----|
| คำนำ | ก. |
| กิตติกรรมประกาศ | ข. |
| ๑. บทนำ | |
| - ความสำคัญของโครงการ | 2 |
| - วัตถุประสงค์ของโครงการ | 2 |
| - แหล่งข้อมูล | 3 |
| - ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ | 3 |
| ๒. การรวบรวมข้อมูล | |
| - ประวัติความเป็นมา | 5 |
| - วัตถุประสงค์ของบริษัท | 6 |
| - ลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ | 6 |
| - ข้อมูลผู้บริโภค | 6 |
| - ลักษณะทางการตลาด | 7 |
| - ลักษณะการวางตลาด | 7 |
| - การคาดคะเนตลาด | 8 |
| - ตำแหน่งสินค้า | 8 |
| - วัตถุประสงค์ในการโฆษณา | 8 |
| - วัตถุประสงค์ของการเลือกสื่อโฆษณา | 8 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | |
|---|----|
| – กลยุทธ์ค่าน้ำสื่อและการเลือกสื่อ | 9 |
| – ขอบเขตของโครงการ | 9 |
| ๓. การออกแบบ | |
| – ขั้นตอนการออกแบบ | 12 |
| – แนวความคิดในการออกแบบ | 12 |
| – การออกแบบโฆษณาวิทยุสาร ปัญหาและการแก้ไข | 13 |
| – การออกแบบโฆษณาในหนังสือพิมพ์ ปัญหาและการแก้ไข | 22 |
| – การออกแบบแผ่นพับ ปัญหาและแก้ไข | 25 |
| ๔. สรุปข้อเสนอแนะ | 29 |
| บรรณานุกรม | |

บทนำ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสำคัญของโครงการ

จากอดีตถึงปัจจุบันการถ่ายรูปนับเป็นการบันทึกเรื่องราวต่าง ๆ ในขณะนั้น ใกล้เคียงจริงมากที่สุดและเป็นส่วนที่ทำให้ทราบถึงลักษณะชีวิตประจำวัน สภาพ – ต่าง ๆ ของยุคสมัยนั้นได้มาก

ปัจจุบันตลาดมีผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการถ่ายภาพอยู่หลายยี่ห้อเน้นด้านการบันทึก ภาพ เรียงตามความนิยมได้แก่ โกดัก พูจิ โคนิก้า อักฟ่า ในแต่ละผลิตภัณฑ์จะมีจุดดีและจุดเสียแตกต่างกันออกไป จึงเห็นได้ว่าในจุดนี้เราสามารถดึงเอาจุดดีของผลิตภัณฑ์ที่ออกมาเสนอได้ จึงเลือกท่านผลิตภัณฑ์โคนิก้า ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเด่นคือ ให้สีสันที่สดใส จากจุดนี้เองจึงอยากทำโครงการนี้ เพราะอาจทำให้ผู้บริโภคเห็นลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์นี้ได้

จุดประสงค์ของโครงการ

๑. เพื่อต้องการที่จะดึงคุณลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ที่ออกมาเสนอให้ได้
๒. ต้องการขยายกลุ่มเป้าหมายให้กว้างขึ้น
๓. ต้องการให้ผู้บริโภคจกจำสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้ได้

ขอบเขตของโครงการ

๑. ออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณาในทศวรรษ เป็นชุดต่อเนื่อง ๓ ชุดขนาด ๑๑๑" x ๑๖๑"
๒. ออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณาในหนังสือพิมพ์บ้านหลังครึ่งหน้าขนาด ๑๖" x ๑๑"
๓. แผ่นพับขนาด ๘" x ๘" จำนวน ๘ พับหน้าหลัง ๑ ชุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แหล่งข้อมูล

- บริษัท ชันคัลเลอร์ จำกัด ๒๕๕๕ - ๒๕๕๕ ถ. เพชรบุรีตัดใหม่ กทม. ๑๐๓๑๐

- นิตยสารคูแฉ่ง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- ใ้ทักษะและอื่น ๆ อีกมากในด้านการปฏิบัติและด้านความคิด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูล



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติความเป็นมา

จากการที่บริษัท โคนิก้าโรกู โฟโต้เป็นบริษัทที่ผลิตอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายภาพและมีสินค้าอยู่หลายตัว คือชุดอุปกรณ์สำหรับถ่ายภาพทั้งหมด และเครื่องถ่ายภาพเอกสารซึ่งทำให้เกิดปัญหาในการใช้สินค้าซึ่งมีหลายชื่อทำให้ลำบากในด้านการจัดงบประมาณ จึงได้ปรับปรุงชื่อสินค้าทั้งหมดเสียใหม่เป็น " โคนิก้า " เพื่อเป็นสากลทั่วโลกและทางบริษัทได้เปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายให้สูงขึ้นด้วย เพื่อต้องการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดโดยการพัฒนาเทคโนโลยีต่าง ๆ โดยตลอด

ทำให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความสามารถในการใช้งานในลักษณะต่าง ๆ ได้ อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเป็นเพราะทางบริษัทได้พยายามศึกษาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัยสมบูรณ์แบบตลอดเวลาที่ทำการมาเกือบ ๑๐๐ ปี ซึ่งทำให้ - ผลิตภัณฑ์ของโคนิก้ามาสมัยอยู่ตลอดเวลาและมีผู้เชื่อมั่นในการใช้สอยเป็นความมั่นใจของผู้ที่ต้องการบันทึกภาพแห่งความทรงจำให้นานเท่านาน

จุดเด่นของบริษัทคือสามารถประสานความชำนาญทางเทคโนโลยีที่แตกต่างกันแต่ต่อเนื่องกัน ทำให้โคนิก้าเป็นผู้นำในการผลิต ผลิตภัณฑ์ใหม่ให้วงการมา - ตลอดเช่น

๑. กระดาษอัดสี
๒. फिल्म
๓. กล้องชนิด บันทึกวันถ่ายภาพได้
๔. โคนิก้า คัลเลอร์ ๗ เครื่องถ่ายภาพเอกสาร ๓ มิติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์ของบริษัท

เนื่องจากการที่บริษัทได้เปิดทำการมานาน มีผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มากมายแต่ใช้ชื่อที่แตกต่างกันไป ซึ่งนับว่าเป็นปัญหามากในการที่จะให้ผู้บริโภคจดจำ และเป็นการสิ้นเปลืองงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ ทางบริษัทจึงเปลี่ยนชื่อของสินค้าที่มีอยู่มาใช้ชื่อเดียวกันหมด เพื่อง่ายแก่การจดจำของผู้บริโภคและการประชาสัมพันธ์ของบริษัทจึงเห็นชอบให้ใช้ชื่อ " โคนิก้า " ดังนั้นจึงเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ซึ่งต้องประชาสัมพันธ์ให้คนรู้จักโดยเร็วและเป็นต้นลเชื้อถือของประชาชน และเป็นผู้นำในด้านการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี วัตถุประสงค์ของบริษัทคือ

- ๑. ทำให้ผู้บริโภครู้จักและจดจำชื่อโคนิก้า
- ๒. ต้องการ แสดงคุณลักษณะ เค้นของผลิตภัณฑ์ออกมา
- ๓. ต้องการ ขยายกลุ่มเป้าหมาย
- ๑. ลักษณะเค้นของผลิตภัณฑ์โคนิก้า
 - ๑. ให้สดใสและเพี้ยนน้อยมาก
 - ๒. สามารถทนรอยขีดข่วนได้มาก
 - ๓. มีราคาถูกกว่า
- ๒. ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มผู้บริโภค

ผลิตภัณฑ์ โคนิก้า เป็นผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสดใส คมชัดมีความคงทนมากซึ่งน่าสนใจคือ ช่างภาพสมัคร เล่นและอาชีพซึ่งมีหลายแบบให้เลือกและราคาถูกกว่าคู่แข่งควย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มเป้าหมาย

๑. ชายหญิง อายุ ๑๗ ปีขึ้นไป
๒. มีความสนใจในการถ่ายภาพ
๓. ความรู้ระดับ ปวช. - ปริญญาตรี
๔. ความสามารถทางการเงิน -
๕. ภูมิลำเนา กรุงเทพฯเป็นหลัก
๓. ลักษณะทางค่านิยมตลาด

เนื่องจากผลิตภัณฑ์โคนิก้าเริ่มเข้าสู่ตลาดในระยะแนะนำและต้องการแบ่งส่วนตลาดซึ่งต้องแข่งขันกับ โกดักซึ่งครองตลาดอยู่ ๕๐% ส่วนโคนิก้ามีประมาณ ๑๕% ของตลาดทั้งหมด สิ่งที่โคนิก้ามีส่วนแบ่งทางการตลาดน้อยเพราะขาดการประชาสัมพันธ์ ที่ดี ซึ่งนับว่าควร เน้นมากสำหรับตลาดและเราได้เน้นทางด้านเทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิตสินค้าของเรา

| | |
|------------|--------------|
| โกดัก 50 % | ฟูจิ 20 % |
| | อิกฟา 10 % |
| | อื่นๆ 5 % |
| | โคนิก้า 15 % |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และเนื้อหาของหนังสือถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

๔. ลักษณะการวางตลาดของสินค้า

๑. วางตลาดขายส่งตามร้านส่ง
๒. มินิแล็ป ของโคนิก้าและทั่วไป

๕. การคาดคะเนตลาด

จากตลาดนี้เห็นได้ว่า จุดที่วางขายของโกคักดีกว่าตรงที่เน้นประชา – สัมพันธ์ และมินิแล็ปของโกคักมากกว่าสินค้าตัวอื่น จึงทำให้ส่วนแบ่งของตลาด ส่วนใหญ่ตกอยู่กับโกคัก คาดว่าถ้าเน้นการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นและเพิ่มมินิแล็ป ของโคนิก้าให้มากขึ้นจะทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นได้

๖. การวางตำแหน่งสินค้า

วางตำแหน่งสูงเทียบเท่าของโกคักและ พูจีและเน้นที่มีพัฒนาการทาง – เทคโนโลยีขั้นสูง

๗. วัตถุประสงค์ในการโฆษณา

๑. เพื่อแสดงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์โคนิก้าให้ผู้บริหาร
๒. เพื่อช่วยเพิ่มยอดขาย
๓. เพื่อให้ผู้บริหารมีแนวทางในการ เลือกใช้

๘. วัตถุประสงค์ของการ เลือกสื่อโฆษณา

การ เลือกสื่อโฆษณาแต่ละชิ้นนั้น เพื่อต้องการ ขยายฐานผู้บริหารให้มากขึ้น เพื่อจะได้มีผู้บริหารหลายระดับแตกต่างกันครอบคลุมได้มาก

๕. กลยุทธ์ทางคำสอนและการเลือกสื่อ

๑. โฆษณาในนิตยสาร

งานส่วนใหญ่จะลงในนิตยสาร เพราะในปัจจุบันกลุ่มเป้าหมายหลักคือวัยรุ่น สนใจที่จะอ่านนิตยสารต่าง ๆ มากจึงทำให้เป็นกลุ่มใหญ่ที่จะหวังผลและผู้บริหาร กลุ่มนี้มีความสามารถในการซื้อสูงด้วยจึงควรที่จะลงในนิตยสาร เช่น แพรว เปรี๊ยะ คิฉิน สารคดี เป็นต้น

๒. โฆษณาหนังสือพิมพ์

จะลงในหนังสือพิมพ์หน้าสี่ด้านหลัง เพราะปัจจุบันสามารถลงหน้าตามต้องการ ได้แล้วอีกอย่างคือมีคนอ่านหนังสือพิมพ์ในท้องถิ่นมากซึ่งคิดว่าคุ้มค่าในการจะ โฆษณาสินค้าสักตัว

๓. แผ่นพับ

การทำแผ่นพับเพื่อเป็นตัวช่วยสนับสนุนทางคำสอนข้อมูลที่ละเอียดสำหรับผู้บริโภค เป็นการรองรับผลจากการโฆษณาเพราะสามารถบอกรายละเอียดได้มากและจะ วางไว้ตามร้านขายส่งและมินิแล็ปทั่วไป

๑๐. ขอบเขตของโครงการ

๑. โฆษณาในนิตยสาร ๓ ชุค ต่อเนื่องกัน

ขนาดประมาณ $๑๑๑" \times ๑๖๑"$

พิมพ์ ๔ สี ลงใน แพรว เปรี๊ยะ สารคดี ฯ

๒. โฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์ ๒ ชุด

ขนาดประมาณ ๑๖" x ๑๑"

พิมพ์ ๔ สี ลงก้านหลัง ไทยรัฐ เคลติวิสต์

๓. แผ่นพับ

ขนาดประมาณ ๘" x ๘" พับ ๔ พับ

พิมพ์ ๔ สี หน้าหลัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นตอนในการ ออกแบบ

สำหรับขั้นตอนในการ ออกแบบในโครงการนี้นั้น ต้องการจะเน้นให้ผู้บริโภค รู้จักผลิตภัณฑ์หลักภายใต้ชื่อ โคนิก้า ให้รู้จักว่ามีอะไร และมีคุณสมบัติและความ สามารถอะไรบ้าง และสามารถจดจำผลิตภัณฑ์ได้

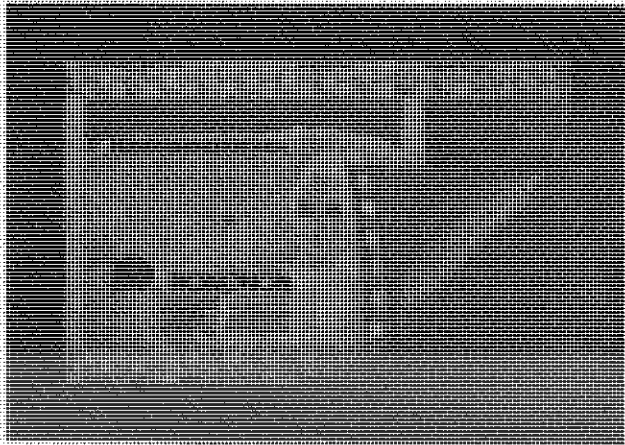
แนวความคิดในการ ออกแบบ

แนวความคิดในการ ออกแบบโครงการ นี้มีความคิดได้มาจากคุณสมบัติของ ผลิตภัณฑ์โคนิก้าที่มีคุณสมบัติในการ ให้สีที่สกลใสมาก จึงมีความคิดที่จะเสนอจุดนี้ โดยเน้นให้เห็นความสกลของสีแต่ละโทนสีออกมาโดยใช้สีของธรรมชาติมาเปรียบเทียบ ซึ่งคิดว่าเป็นความงามที่เป็นอมตะโดยทำเป็นชุดติดต่อกัน และเป็นการ ทำให้ผู้บริโภคทราบถึง คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่เขกจะใช้ซึ่งเพิ่มความมั่นใจในการ ใช้ให้มากยิ่งขึ้นเพราะว่าโคนิก้าเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่คือ เริ่มจะเปลี่ยนชื่อมาใช้เป็น โคนิก้าจึงต้องแนะนำกันใหม่ให้ผู้บริโภคได้รู้จัก

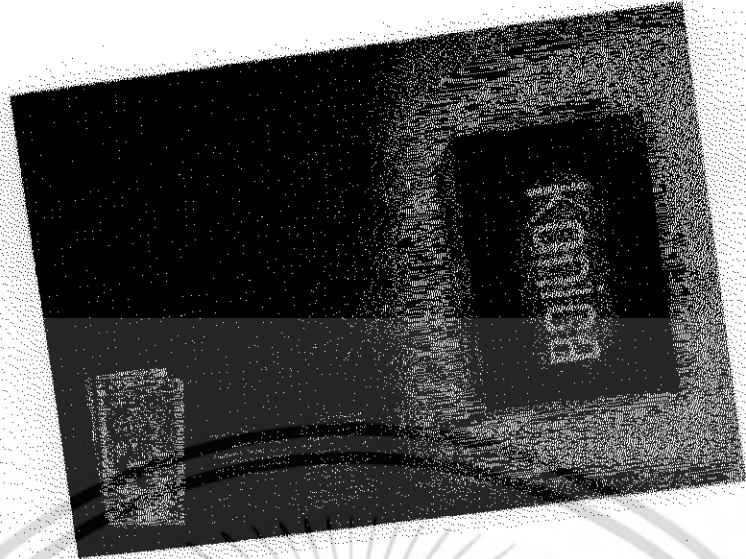
การออกแบบโฆษณาในนิตยสาร

แนวความคิดในการออกแบบโฆษณานิตยสารในชั้นแรกนั้นต้องการนำเสนอคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์โคนิก้าคือ มีสีสนที่สดใส เพราะใช้กระดาษมันจึงให้สีที่สดใสได้ความคิดจากจุดนี้จึงมีความคิดที่จะเน้นในสีสนโดยให้สโลแกนว่า พลังแห่งสีสน โดยเสนอรูปแบบโดยเน้นที่ชื่อตัวอักษร ให้แสงพลังแห่งสีสนออกมา คือการเน้นให้ผู้บริโภคเห็นพลังคือให้มีพลังของสีออกมาจากตัวโคนิก้าเลยโดยให้แสงเรืองออกมา รูปแบบจะออกแบบขายโดยตรงหรือยกเย็บมากกว่า เพื่อให้ผู้บริโภคเห็นและจกจ่ายหือของผลิตภัณฑ์โคนิก้ามากและเห็นถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ได้เต็มที่ และใช้สโลแกนเป็นตัวช่วยให้ผู้บริโภคทราบถึงคุณลักษณะอีกที แต่เกิดปัญหาคือ สโลแกน พลังแห่งสีสนไปตรงกับก๊อปปีของโฆษณานิตยสาร ของฟิล์มโลกก โกล ๒๐๐ จึงทำให้ต้องเปลี่ยนลักษณะของการนำเสนอแต่แนวความคิด ในการนำเสนอนั้นยังคงอยู่คือนำเสนอคุณลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ออกมาคือ ให้สีที่สดใสโดยแบบหลังนี้ เน้นโทนสีของโคนิก้าซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์มาใช้คือเป็นแถบสีของสายรุ้งโดยที่ผมคิดแบ่งเอาโทนสีออกมาคือ โทนี แดง เหลือง น้ำเงิน ซึ่งพยายามจะเน้นให้รู้ว่าในแต่ละโทนีนั้นสดมาก และจับเอาลักษณะของสีสนของธรรมชาติคือ สัตว์ และผลไม้ให้สีที่สดและสะคุตตาจับใจ เมื่อพบเห็นนำมาเสนอโดยการวางรูปแบบให้ร่วมกับแถบสีคือ มีลักษณะที่ออกมาจากแถบสี พยายามจะทำให้มีความรู้สึกว้า โทนีแต่ละโทนีของโคนิก้าให้ความสุขสดใสสะคุตตาเป็นอย่างมากคุจคั้งเป็นอันเดียวกับธรรมชาติและยังมีก๊อปปีเสริมอีกด้วยและได้เปลี่ยนสโลแกนเสียใหม่เป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้
ไม่วารณิตยๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งหากมีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับ...
ไม่ควรถูกคัดลอก...
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครพนม

" พัฒนาการแห่งสีสัน " เนื่องจากการที่ผลิตภัณฑ์โคนิก้ามีการพัฒนาวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ มากมายมาตลอดเป็นแนวความคิดหลัก คำว่า " พัฒนาการ " ผมคิดว่าให้ความหมายที่ดีคือ การที่มีการปรับปรุงแก้ไขแคงเดิมมีอะไรใหม่ตลอดเวลา รวมแล้วก็คือ สีสันที่มีการปรับปรุงให้คืออยู่เสมอ

โฆษณาณิตยสารชุดแรกจะออกมาในช่วง ๔ เดือนแรก จะออกชุดของโทนสี แคง โดยในชุดนี้แนวความคิดต้องการต้องการจะแสดงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ - โคนิก้าในการที่สามารถให้ความแคงของโทนสีแคงได้อย่างที่สุก โดยการใช้แอปเปิ้ลเป็นตัวอย่าง เพราะแอปเปิ้ลเป็นผลไม้ที่ทุกคนรู้จักและชอบในรูปทรง สีและรสชาติของมันจึงเอามาใช้โดยใช้สีไลแกว่า " แคงเต็มอิม นากิน แคงโคนิก้า " จากแนวความคิดนี้หมายถึงว่า สีในโทนแคงของโคนิก้าสามารถให้ความแคงถึงความงามนากินของแอปเปิ้ลในการวางองค์ประกอบของภาพก็นำเอาส่วนโค้งของสัญลักษณ์ของโคนิก้ามาเล่นโดยเอามาเฉพาะส่วนของโทนสีแคง โดยที่โทนสีเป็นสีแบบ ๆ ออกแนวกราฟิกเพื่อต้องการเน้นที่ผลแอปเปิ้ล

โฆษณาณิตยสารชุดที่สอง จะออกในช่วง ๔ เดือนต่อมาโดยจะเป็นโทนสีเหลืองซึ่งมีแนวความคิดเกี่ยวกับโทนสีแคงแต่นำเอาผีเสื้อมาใช้และมีความคิดว่าผีเสื้อในความคิดของคนทั่วไปเมื่อพูดถึงผีเสื้อคนจะนึกถึงผีเสื้อสีเหลืองทั่วไปที่มองเห็นอยู่ทั่วไป มีความสวยงาม จึงคิดว่า ความงามของสีเหลืองในผลิตภัณฑ์โคนิก้ามีความงามดุจดังสีเหลืองของผีเสื้อ ซึ่งมีสีไลแกว่า " เหลืองสคิส โขย

บิน เหลืองโคนิก้า " ลักษณะของรูปแบบมีการเอาส่วนโค้งของสัญลักษณ์ในช่วง - เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โทนสีเหลืองมาใช้และมีฝี เสื่อบินออกมาจากโทนสีเหลืองนี้

โฆษณานิตยสารซุกที่สาม จะออกมาในช่วง ๔ เดือนโดยจะออกในโทนสีน้ำเงินนี้ เอาปลากัดมาเป็นตัวแทนคือปลากัดนั้นเป็นปลาที่มีสีงดงามในตัวหนึ่งจะมีสีแทรกอยู่อย่างมีระเบียบสวยงาม โดยจากจุดนี้จึงเอามาเล่น ปลากัดในตัวที่มีสีสีหนึ่งนั้นในสีนั้นจะมีโทนสีในโทนสีนั้นได้อยู่ในตัวของมันด้วยจึงใ้เห็นว่าเอาปลากัดมาเล่นจึงมีโลแกนวว่า " น้ำเงินล้ำแหวกว่าย น้ำเงินโคนิก้า " ในการวางองค์ประกอบนั้นก็ให้นำเอาส่วนโค้งของสัญลักษณ์ของโคนิก้ามาใช้เช่นกันและก็วางตัวปลากัดให้มีความรู้สึกที่ว่าว่ายออกมาจากสีน้ำเงิน

86614

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กล้องสอดใส่ใบไม้ กล้องโคนิก้า

KONICA & ORONO
NONON, NENONON

Konica

แว่นใบไม้กับ แว่นโคนิก้า

Konica

น้ำเงินลำแหวกว่าย น้ำเงินโคนิก้า

Konica

KONICA & ORONO
NONON, ONONONONON

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวน

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งทางนี้ไม่ได้แปลงเนื้อหา และคงอาจอิงถึงเรื่องสงวนลิขสิทธิ์ของเอกสารฉบับนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

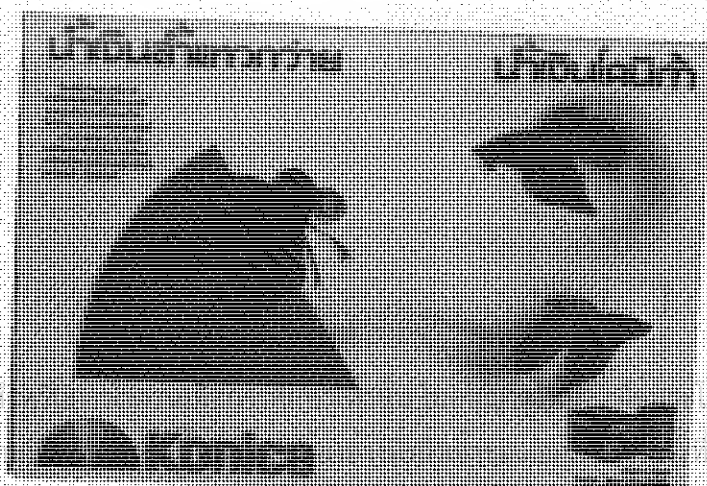
ปัญหาในการ ออกแบบ

ในการ ออกแบบปัญหาส่วนมากจะเป็นในเรื่องของการคิดค่าในการทำโลแกน เพราะจะทำอย่างไรให้ประโยชน์นั้นฟังแล้วครอบคลุมเนื้อหาของตัวสินค้าให้ได้หมดและจกจ่าย ฟังง่ายด้วย แก้ปัญหาค้นหาบททวนในคำที่คือออกไปทั้งหมดกับแนวความคิดหลักที่เราคิดที่จะสื่อออกมาให้ได้เสียใหม่และค่อย ๆ รวบรวม – ความคิดให้ได้ในประโยชน์เดียวกันซึ่งนับว่าได้ผลมาก

ปัญหาในขั้นตอนการทำงานนั้นก็คือในการถ่ายรูปสักร์ และผลไม้ต่าง ๆ ซึ่งมีปัญหาในการถ่ายแอปเปิ้ลนั้นปัญหาอยู่ที่ว่าในการ ปอกแอปเปิ้ลจะทำอย่างไรให้ได้เปลือกที่ต่อกันโดยไม่ขาดและไม่ให้แอปเปิ้ลชำรุดเพราะแอปเปิ้ลชำรุดมากแก้ปัญหาค้นหาการ จักไฟให้ใกก่อนแล้วค่อย ๆ ปอกแอปเปิ้ลโดยเน้นที่จะเอาเปลือกให้ยาวไว้ก่อนส่วนแอปเปิ้ลที่ชำรุดค่อย ๆ เอาผู้กินสมแตงอีกที่หนึ่งส่วนมีเปลือกนั้นไม่ค่อยมีปัญหาเพราะเป็นมีเปลือกที่สาคไฟไว้แต่ปัญหาอยู่ที่การ อธิบายให้สื่อก็คือ อธิบาย – หมั่นไปนึกหนึ่ง ส่วนปลาก็ค้นยากสุดคือ ปลาที่มีนิสัยซุกใจ พอกตกใจแล้วจะไม่รู้ ทำให้ถ่ายไม่ได้ในการ เคลื่อนย้ายมาที่สตูดิโอหรือไปลาหายตกใจก่อนจึงจะถ่ายได้ และแอร์ก็เป็นปัญหาเพราะปลาได้รับความเย็นแล้วไม่ค่อยกระชุ่มกระชวย ในการถ่ายต้องถ่ายใกล้มากและใช้ไฟแฟลชอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งยากในการ หาค่าแสงที่แท้จริงและจัดแสงยากมากอีกทั้งปลาก็คือเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลาจึงต้องปรับความชัดลึกให้มากเข้าไว้ประโยชน์กับประโยชน์ในการ ถ่ายปลาไม่มีเลยจึงทำให้ได้ภาพที่อันเดอร์ออกมา ส่งไปอีกก็ให้แกสก็ช่วยขึ้นมาได้นึกน้อยประกอบด้วยปลาก็คือเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปลาที่มีสีค่าปนอยู่ควยจึงทำให้ซากรายละเอียดยไป



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์
ในวารสารใจ ทั้งลิขสิทธิ์และเนื้อหา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์
ในวารสารใจ ทั้งลิขสิทธิ์และเนื้อหา

โฆษณาในหนังสือพิมพ์

ในการ ออกแบบโฆษณาทางหนังสือพิมพ์วัตถุประสงค์เพื่อตอกย้ำและทำให้
 ผู้บริโภคจดจำผลิตภัณฑ์ให้แม่นยำมากขึ้นโดยการโฆษณาจะเน้น คนและจุดกับโฆษณา
 นิตยสาร โดยเน้นที่การพักผ่อนในกลุ่มผู้บริโภคที่ชอบไปเที่ยวและชอบถ่ายรูปเก็บไว้
 คุยเป็นที่ระลึกซึ่งต้องการ ใ้ภาพที่มีสีสันสดใสเหมือนตาเห็นซึ่งการ โฆษณานิตยสารนั้น
 เน้นที่จะบอกถึงคุณภาพสีสันความงามของสีแต่ละสีใน โทนสีของโคนิก้าซึ่ง โฆษณาหนังสือ
 พิมพ์นี้จะเห็นแสงออกถึงลักษณะของการ ไปเที่ยวมากกว่าให้ผู้บริโภคเห็นถึง -
 ความงามที่ได้บันทึกโดยโคนิก้า

แนวความคิดในการ ออกแบบ

แนวความคิดในการ ออกแบบจาก วัตถุประสงค์ของงานจึง ใ้แนวความคิดที่
 จะแสดงความสดของภาพที่ใ้จากโคนิก้าโดยใ้สไตล์แกนมาก่อนคือ " เก็บความ
 สดใสในฟิล์ม " จากสไตล์อันนี้จึงใ้คิดรูปออกมาคือ สไลด์แกนเมื่ออ่านแล้ว
 จะใ้ความรู้สึกว่าเมื่อคุณไปไหนหรืออยู่ที่ ๆ สวยงาม หรือในบรรยากาศที่สดใส
 สนุกสนานถ้าจะถ่ายรูปใ้บันทึกด้วยโคนิก้า โดยโฆษณาแบ่งเป็น ๒ ชุดลงปก
 หลังของหนังสือพิมพ์ขนาดครึ่งหน้าตามแนวนอน ซึ่งคิดว่าจะเน้นที่รูปสินค้าและสีเป็น
 หลักคือคนมองแล้วต้องหยุดดูสีจะสดมากตรง การตา

โฆษณาชิ้นแรกจะเน้นที่ความงามของสีสันของดอกไม้ ซึ่งสดใสมากแต่จะเน้น
 ตัวสินค้าคือฟิล์ม โคนิก้าและมีดอกไม้ดอกไม้ใหญ่อยู่บนฟิล์มซึ่งสีสดมาปร ะกอบกับ
 สไลด์แกนที่ว่า " เก็บความสดใสในฟิล์ม " แล้วใ้รู้สึกความสดของธรรมชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชาติหรือชีวิตแบบนี้ น่าจะเก็บเอาไว้เป็นที่ระลึก โดยบันทึกด้วยโคนิก้า

โฆษณาจีนที่สองจะเน้นที่การพักผ่อนที่ทะเลหรือความงามของน้ำซึ่งให้ความประทับใจกับคนหลายคนซึ่งคิดว่าเมื่อคนจะไปเที่ยวทะเลคงอยากบันทึกความตื่นตาตื่นใจเก็บเอาไว้ แต่ก็เน้นที่ฟิล์มเหมือนกันคือใช้องค์ประกอบเดียวกันแค่เปลี่ยนรูปแบบไปเพื่อให้มีความเป็นชุดกัน ผู้บริโภคเห็นก็จำได้ว่าเป็นของโคนิก้าและเน้นที่ตัวสินค้าเป็นหลัก

ปัญหาในการออกแบบโฆษณาหนังสือพิมพ์

ปัญหาในการออกแบบหนังสือพิมพ์มีไม่มากในการทำงาน แต่ก็มีส่วนขั้นตอนการทำงานคือการทำให้ภาพเข้ากันเมื่อเอามาประกอบกันนั้นทำได้ไม่ดีเท่าที่ควรซึ่งเป็นการขวกในการถ่ายทำ เพราะไม่สามารถถ่ายภาพพร้อมกันได้ทีเดียว



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่บนสื่อมวลชน
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น หรือให้ตัดแปลงเป็นงาน และดัดแปลงเชิงพาณิชย์แล้วเผยแพร่ต่อสาธารณชนโดยมิได้

การออกแบบแผ่นพับ

ในการออกแบบแผ่นพับนี้สิ่งที่ต้องการคือเป็นการขยายความเข้าใจเกี่ยวกับคุณสมบัติและลักษณะของผลิตภัณฑ์โคนิก้าอย่างละเอียดและถึงมือผู้บริโภคโดยการวางแจกไว้ตามร้านอครูปมินิแล็ปทั่วไป ซึ่งจะบอกลักษณะเด่น ๆ ของผลิตภัณฑ์ โคนิก้าอย่างละเอียดในการออกแบบจะเป็นแผ่นพับขนาด ๔ "x ๔ " พับ ๔ พับหน้า หลัง

แนวความคิดในการออกแบบ

แนวความคิดในการออกแบบคือ เน้นที่คุณลักษณะและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โคนิก้า โดยที่จะเสนอเป็นหัวข้อต่าง ๆ และเสนอด้วยลักษณะของรูปที่ประกอบด้วยคุณลักษณะหลายประการ จึงแยกหัวข้อได้ดังนี้

๑. เทคโนโลยีแห่งสีสัน

จะเป็นการนำเสนอผลงานทางด้านเทคโนโลยีของโคนิก้าที่คิดค้นมาให้ทราบเพื่อที่จะให้ผู้บริโภคทราบถึงความเป็นผู้นำสมัยทางด้านเทคโนโลยีของผลิตภัณฑ์ และมีความเชื่อมั่นเชื่อถือไว้วางใจในตัวสินค้ามากขึ้น

๒. ความงามในแสงที่แตกต่าง

จะเป็นการนำเสนอในเรื่องของการใช้ว่าโคนิก้ามีความฉีกผลึกในการถ่ายในที่แสงแตกต่างกันอย่างมากถึงจะโอเวอร์หรืออันเดอร์ไปเพียงเล็กน้อยก็ยังให้ภาพที่สมบูรณ์อยู่มาก

๓. จากธรรมชาติสู่ลัทธิฟิล์ม

เป็นการบอกถึงลักษณะของฟิล์มที่ใช้ถ่ายในแสงแบบต่าง ๆ และเทคนิคต่าง ๆ ในการถ่ายรูปให้สวยงามและประเภทของฟิล์มต่างขนาดกันด้วย

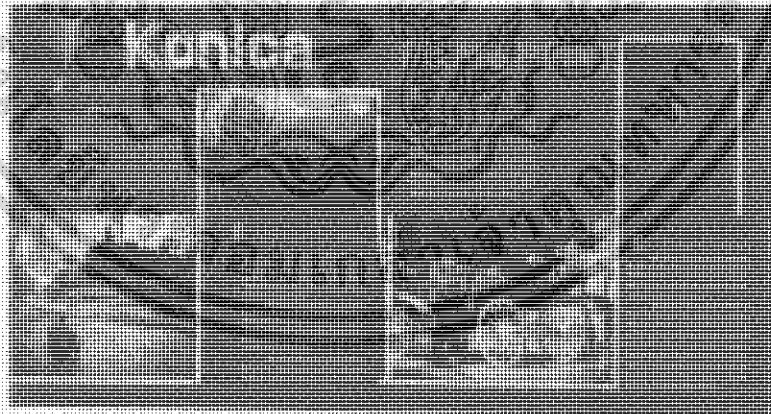
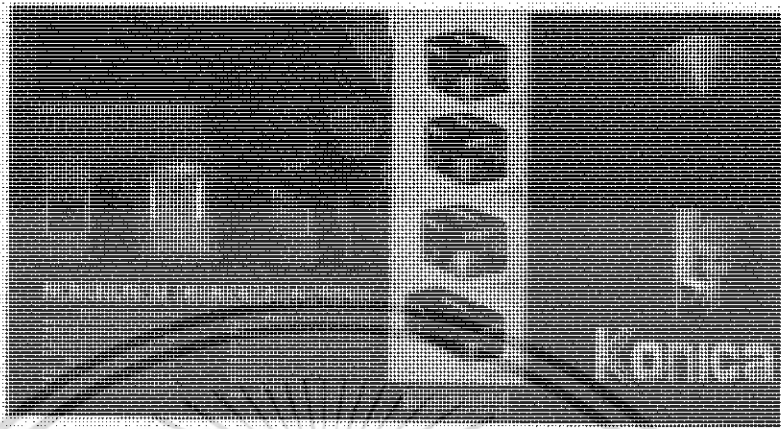
๔. พลังสีที่สทิส

เป็นการบอกถึงสีของฟิล์มที่จะใช้เมื่อถ่ายแล้วว่าสีต้นของโคนิก้ามันสะดวกอย่างไรมีสีอะไรที่มีลักษณะพิเศษคืออย่างไรลักษณะของกระดาษอัดรูป

๕. โคนิก้าเทคโนโลยีขั้นสูงของการถ่ายภาพ

เป็นการสรุปคุณลักษณะของโคนิก้าทั้งหมดเพื่อความเข้าใจแน่นอนของผู้บริโภคซึ่งต้องการให้เข้าใจมากที่สุด

รูปแบบของการออกแบบ เป็นการออกแบบที่สามารถอ่านง่ายและมองได้ อย่างสบายตาตัวหนังสือไม่เล็กเกินไป โดยให้พื้นเป็นสีน้ำเงินซึ่งเป็นสีของโคนิก้า และตัวหนังสือสีขาวเพื่อเน้นแนวแก่การอ่านส่วนตัวหัวข้อต่าง ๆ ให้เป็นสีฟ้าซึ่งจะคุมให้อยู่ในโทนสีของตัวสินค้าโคนิก้า



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาในการออกแบบแผ่นพับ

ในการ ออกแบบแผ่นพับมีปัญหาในการ จักวางรูปแบบซึ่งผมเน้นที่จะให้ เหมือนกับการปฏิบัติงานจริงคือลูกค้าคงต้องการบรรยายสรรพคุณของสินค้าให้ได้ มากที่สุดคงนั่นจริง เน้นที่จะต้องมีข้อมูลมากโดยไม่ได้เน้นให้งานต้องออกมาแบบโชว์ รูปสวยไว้อ่อน อย่างอื่นอะไรก็ได้ และเน้นที่การอ่านสบายตา คือ ข้อมูลและตาม ค่ายประโยชน์ใช้สอย แล้วจึงทำให้สวยงามหลังซึ่งคิดว่าควรวางรูปและตัวหนังสือ แบบธรรมดาจะให้ความรู้สึกที่ตรงตามความต้องการที่ตนเองวางไว้มากที่สุดจึง ได้เริ่มทำ

สรุปและขอเสนอแนะ

สรุปได้ว่าในการทำงานโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ใดก็ตามนั้นนั้นได้รับความรู้และความเข้าใจในหลายอย่างมากขึ้นทราบทั้งปัญหาในการศึกษาและปัญหาในการทำงานของงานแต่ละชิ้น ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า

โฆษณานิเทศสาร และโฆษณาหนังสือพิมพ์และแผ่นพับ

สรุปแนวความคิดในการออกแบบโฆษณา ๓ ชิ้นนี้ สิ่งที่สำคัญในการทำงานคือ จุดประสงค์ และแนวความคิดคือควรทราบและศึกษาให้ถี่ถ้วนและเห็นข้อดีข้อเสียของตัวสินค้า แล้วเราจะเอาจุดไหนมาเล่นถึงออกมาเพื่อเป็นจุดประสงค์ของการทำโฆษณาเสียก่อน เมื่อได้จุดประสงค์แล้วเราก็สามารถเอาข้อมูลนี้มาทำเป็นแนวความคิดที่จะเสนอรูปแบบอย่างไรที่จะให้ตรงกับจุดประสงค์ที่เราต้องการมากที่สุด แต่ก็ยังมีปัญหาอยู่ที่ว่าเมื่อคิดมาแล้วคอนทนต์ไม่สามารถทำได้ตามที่ต้องการในสถานภาพของนักศึกษา ซึ่งทำให้งานของเราลดคุณค่าลงไปมากนี่คือปัญหาหนึ่งซึ่งได้รับจากโครงการพิเศษ นี้ อีกอย่างคือในขั้นตอนการออกแบบร่างซึ่งนับว่าสำคัญมากหากทำแบบร่างไม่เคลียร์ก็จะมีปัญหาในการทำงานจริงเป็นอย่างสูงเนื่องจากเกิดการไม่เข้าใจและไม่แน่ใจในแบบที่ทำ และในเรื่องของขนาดสัดส่วนควมซึ่งผมเน้นมากคือในการทำเนรมร่างจะเท่าของจริงและเปลี่ยนแปลงไปเล็กน้อยเมื่อเสร็จสมบูรณ์ซึ่งถือว่าทำคามแบบร่างซึ่งทุกค่าต้องการ สมบูรณ์แล้ว

ข้อเสนอแนะในการทำงาน คือ

ในขั้นตอนการออกแบบนั้นควร เน้นเรื่องวัตถุประสงค์และแนวความคิดของนักศึกษาที่เขาต้องการจะเสนอจริง ๆ นั้นให้เขาแสดงออกมาให้ได้ไม่ควรไปยืนยันถึงความคิดแต่ควรพยายามให้เขาได้ทำตามแนวความคิดนั้นให้ได้และช่วยแก้ปัญหาในส่วนของแนวความคิดของเขาให้ดีขึ้นให้ออกมาในรูปแบบที่คิดตามที่เขาคิด เพราะจะทำให้เขาเกิดความสบายใจในการทำเพราะทำตามแนวทางที่ตนคิดเอาไว้อีกอย่างคือควร เน้นให้มีการคิดอย่างเป็นระบบมีจุดประสงค์แนวความคิดหลักกลยุทธ์ที่จะนำมาใช้ในงานโฆษณา (ควร เน้นมาก) และควรให้มีเหตุผลโต้ตอบได้ดี เพราะจะนำไปสู่การ เสนอรูปแบบซึ่งตรงกับแนวความคิดของนักศึกษาได้มากที่สุดและการวางแผนการทำงานในขั้นตอนของการปฏิบัติจริง ซึ่งต้องสามารถรองรับแนวความคิดที่คิดออกมาให้ได้ด้วยจุดนี้ก็เป็นจุดสำคัญในการทำงานเช่นกัน งานจะดีหรือไม่ ก็อยู่กับจุดนี้ด้วยเหมือนกัน

ในการทำโครงการพิเศษสิ่งพิมพ์ ๒ นั้นพบว่าไ้ความรู้และประสบการณ์ต่าง ๆ อีกมาก ความอดทน และการจำยอม และต่าง ๆ อีกมากเพื่อจะให้ไ้ได้ถึงขั้นตอนการปฏิบัติซึ่งคิดว่ามีทั้งไ้และเสีย อิศระในความคิด รูปแบบ ของคนคิดไ้ลดถอยลงไปกว่าครั้ง เพราะหลายสิ่งหลายอย่างซึ่งอาจจะมากกว่านี้เมื่อออกไปอยู่ข้างนอก มันไม่ถึงกับทำให้พอใจมากและไม่ถึงกับไม่มีแรงทำงานมันอยู่กลาง ๆ ก็สบายพอสมควรครับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

สกล เกษมพันธ์ " หลังกล้องสารคดี " สารคดี ปีที่ ๓ (ตุลาคม ๒๕๓๐)

๑๒



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นตอนในการ ออกแบบ

สำหรับขั้นตอนในการ ออกแบบในโครงการนี้นั้น ต้องการจะเน้นให้ผู้บริโภค รู้จักผลิตภัณฑ์หลักภายใต้ชื่อ โคนิก้า ให้รู้จักว่ามีอะไร และมีคุณสมบัติและความ สามารถอะไรบ้าง และสามารถจดจำผลิตภัณฑ์ได้

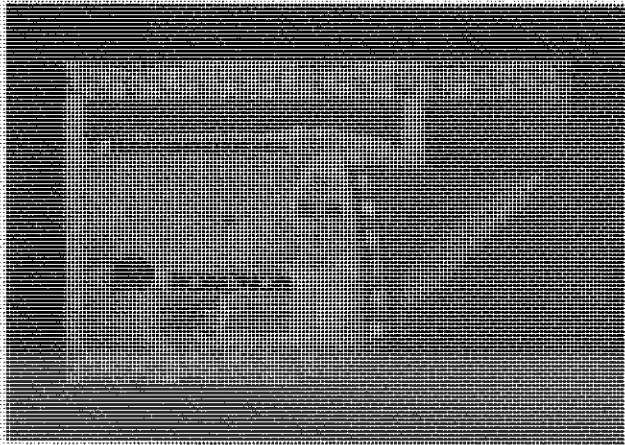
แนวความคิดในการ ออกแบบ

แนวความคิดในการ ออกแบบโครงการ นี้มีความคิดได้มาจากคุณสมบัติของ ผลิตภัณฑ์โคนิก้าที่มีคุณสมบัติในการ ให้สีที่สกลใสมาก จึงมีความคิดที่จะเสนอจุดนี้ โดยเน้นให้เห็นความสกลของสีแต่ละโทนสีออกมาโดยใช้สีของธรรมชาติมาเปรียบเทียบ ซึ่งคิดว่าเป็นความงามที่เป็นอมตะโดยทำเป็นชุดติดต่อกัน และเป็นการ ทำให้ผู้บริโภคทราบถึง คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่เขกจะใช้ซึ่งเพิ่มความมั่นใจในการ ใช้ให้มากยิ่งขึ้นเพราะว่าโคนิก้าเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่คือ เริ่มจะเปลี่ยนชื่อมาใช้เป็น โคนิก้าจึงต้องแนะนำกันใหม่ให้ผู้บริโภคได้รู้จัก

การออกแบบโฆษณาในนิตยสาร

แนวความคิดในการออกแบบโฆษณานิตยสารในชั้นแรกนั้นต้องการนำเสนอคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์โคนิก้าคือ มีสีส้มที่สดใส เพราะใช้กระดาษมันจึงให้สีที่สดใสได้ความคิดจากจุดนี้จึงมีความคิดที่จะเน้นในสีส้มโดยให้สีโลแกนว่า พลังแห่งสีส้ม โดยเสนอรูปแบบโดยเน้นที่ชื่อตัวอักษร ให้แสงพลังแห่งสีส้มออกมา คือ การเน้นให้ผู้บริโภคเห็นพลังคือให้มีพลังของสีออกมาจากตัวโคนิก้าเลยโดยให้แสงเรืองออกมา รูปแบบจะออกแบบขายโดยตรงหรือยกเย็บมากกว่า เพื่อให้ผู้บริโภคเห็นและจกจ่ายหือของผลิตภัณฑ์โคนิก้ามากและเห็นถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ได้เต็มที่ และใช้สีโลแกนเป็นตัวช่วยให้ผู้บริโภคทราบถึงคุณลักษณะอีกที แต่เกิดปัญหาคือสีโลแกน พลังแห่งสีส้มไปตรงกับก๊อบปีของโฆษณานิตยสาร ของฟิล์มโลกก โกล ๒๐๐ จึงทำให้ต้องเปลี่ยนลักษณะของการนำเสนอแต่แนวความคิด ในการนำเสนอนั้นยังคงอยู่คือนำเสนอคุณลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ออกมาคือ ให้สีที่สดใสโดยแบบหลังนี้ เน้นโทนสีของโคนิก้าซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์มาใช้คือเป็นแถบสีของสายรุ้งโดยที่ผมคิดแบ่งเอาโทนสีออกมาคือ โทนสี แดง เหลือง น้ำเงิน ซึ่งพยายามจะเน้นให้รู้ว่าในแต่ละโทนสีนั้นสดมาก และจับเอาลักษณะของสีส้มของธรรมชาติคือ สัตว์ และผลไม้ให้สีที่สดและสะดุดตาจับใจ เมื่อพบเห็นนำมาเสนอโดยการวางรูปแบบให้ร่วมกับแถบสีคือ มีลักษณะที่ออกมาจากแถบสี พยายามจะทำให้มีความรู้สึกว้าโทนสีแต่ละโทนสีของโคนิก้าให้มีความสุขใสสะดุดตาเป็นอย่างมากจุดนี้จึงเป็นอันเดียวกับธรรมชาติและยังมีก๊อบปีเสริมอีกด้วยและได้เปลี่ยนสีโลแกนเสียใหม่เป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้
ไม่วารณิตย ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

" พัฒนาการแห่งสีสัน " เนื่องจากการที่ผลิตภัณฑ์โคนิก้ามีการพัฒนาวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ มากมายมาตลอดเป็นแนวความคิดหลัก คำว่า " พัฒนาการ " ผมคิดว่าให้ความหมายที่ดีคือ การที่มีการปรับปรุงแก้ไขแคงเดิมมีอะไรใหม่ตลอดเวลา รวมแล้วก็คือ สีสันที่มีการปรับปรุงให้คืออยู่เสมอ

โฆษณาณิตยสารชุดแรกจะออกมาในช่วง ๔ เดือนแรก จะออกชุดของโทนสี แคง โดยในชุดนี้แนวความคิดต้องการต้องการจะแสดงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ - โคนิก้าในการที่สามารถให้ความแคงของโทนสีแคงได้อย่างที่สุก โดยการใช้แอปเปิ้ลเป็นตัวอย่าง เพราะแอปเปิ้ลเป็นผลไม้ที่ทุกคนรู้จักและชอบในรูปทรง สีและรสชาติของมันจึงเอามาใช้โดยใช้สีไลแกว่า " แคงเต็มอิม นากิน แคงโคนิก้า " จากแนวความคิดนี้หมายถึงว่า สีในโทนแคงของโคนิก้าสามารถให้ความแคงถึงความงามนากินของแอปเปิ้ลในการวางองค์ประกอบของภาพก็นำเอาส่วนโค้งของสัญลักษณ์ของโคนิก้ามาเล่นโดยเอามาเฉพาะส่วนของโทนสีแคง โดยที่โทนสีเป็นสีแบบ ๆ ออกแนวกราฟิกเพื่อต้องการเน้นที่ผลแอปเปิ้ล

โฆษณาณิตยสารชุดที่สอง จะออกในช่วง ๔ เดือนต่อมาโดยจะเป็นโทนสีเหลืองซึ่งมีแนวความคิดเกี่ยวกับโทนสีแคงแต่นำเอาผีเสื้อมาใช้และมีความคิดว่าผีเสื้อในความคิดของคนทั่วไปเมื่อพูดถึงผีเสื้อคนจะนึกถึงผีเสื้อสีเหลืองทั่วไปที่มองเห็นอยู่ทั่วไป มีความสวยงาม จึงคิดว่า ความงามของสีเหลืองในผลิตภัณฑ์โคนิก้ามีความงามดุจดังสีเหลืองของผีเสื้อ ซึ่งมีสีไลแกว่า " เหลืองสคิโส โขย

บิน เหลืองโคนิก้า " ลักษณะของรูปแบบมีการเอาส่วนโค้งของสัญลักษณ์ในช่วง - เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โทนสีเหลืองมาใช้และมีผีเสื้อบินออกมาจากโทนสีเหลืองนี้

โฆษณาขายสารชุคที่สาม จะออกมาในช่วง ๔ เดือนโดยจะออกในโทนสีน้ำเงินนี้ เอาปลากัดมาเป็นตัวแทนคือปลากัดนั้นเป็นปลาที่มีสีงดงามในตัวหนึ่งจะมีสีแทรกอยู่อย่างมีระเบียบสวยงาม โดยจากจุดนี้จึงเอามาเล่น ปลากัดในตัวที่มีสีสีหนึ่งนั้นในสีนั้นจะมีโทนสีในโทนสีนั้นได้อยู่ในตัวของมันด้วยจึงใ้คนเอาปลากัดมาเล่นจึงมีโลแกนวา " น้ำเงินล้ำแหวกว่าย น้ำเงินโคนิก้า " ในการวางองค์ประกอบนั้นก็ให้นำเอาส่วนโค้งของสัญลักษณ์ของโคนิก้ามาใช้เช่นกันและก็วางตัวปลากัดให้มีความรู้สึกว่าจะว่ายออกมาจากสีน้ำเงิน

86614

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กล้องสอดใส่ใบไม้ กล้องโคนิก้า

Konica

KONICA & ORONO
NONON, NENONON

แว่นใบไม้กับ แว่นโคนิก้า

Konica

น้ำเงินลำแหวกว่าย น้ำเงินโคนิก้า

Konica

KONICA & ORONO
NONON, ONONONONON

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวน

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งทางนี้ไม่ได้แปลงเนื้อหา และคงอาจอิงถึงเรื่องสงวนลิขสิทธิ์ของเอกสารฉบับนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาในการ ออกแบบ

ในการ ออกแบบปัญหาส่วนมากจะเป็นในเรื่องของการคิดค่าในการทำสไลด์ แขนเพราะจะทำอย่างไรให้ประหยัดคนนั่งฟังแล้วครอบคลุมเนื้อหาของตัวสินค้าให้ได้หมดและจกจ่ายง่าย พึ่งง่ายด้วย แก้ปัญหาค้นหาบททวนในคำที่คือออกไปทั้งหมดกับแนวความคิดหลักที่เราคิดที่จะสื่อออกมาให้ได้เสียใหม่และค่อย ๆ รวบรวม – ความคิดให้ได้ในประโยคเดียวกันซึ่งนับว่าได้ผลมาก

ปัญหาในขั้นตอนการทำงานนั้นก็คือในการถ่ายรูปสไลด์ และผลไม่ต่าง ๆ ซึ่ง มีปัญหาในการถ่ายแอปเปิ้ลนั้นปัญหาอยู่ที่ว่าในการ ปอกแอปเปิ้ลจะทำอย่างไรให้ได้เปลือกที่ต่อกันโดยไม่ขาดและไม่ให้แอปเปิ้ลชำรุดเพราะแอปเปิ้ลชำรุดง่าย แก้ปัญหาโดยการ จัดไฟให้ไกลก่อนแล้วค่อย ๆ ปอกแอปเปิ้ลโดยเน้นที่จะเอาเปลือกให้ยาวไว้ก่อนส่วนแอปเปิ้ลที่ชำรุดค่อย ๆ เอาผู้กินสมแตงอีกทีหนึ่งส่วนเนื้อนั้นไม่ค่อย มีปัญหาเพราะเป็นเนื้อที่สดดีไฟไว้แต่ปัญหาอยู่ที่การ อัดช่วยให้อัดสีคือ อัดมาสี – หม่นไปนิดหนึ่ง ส่วนปลากัดนั้นยากสุดคือ ปลามีนิสัยซุกใจ พอดกใจแล้วจะไม่รู้ ทำให้ถ่ายไม่ได้ในการ เคลื่อนย้ายมาที่สตูดิโอหรือไปลาหายตกใจก่อนจึงจะถ่าย ได้ และแอร์ก็เป็นปัญหาเพราะปลาได้รับความเย็นแล้วไม่คอยกระชุกกระชวย ในการถ่ายต้องถ่ายใกล้มากและใช้ไฟแฟลชอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งยากในการ หาค่าแสงที่แท้จริงและจัดแสงยากมากอีกทั้งปลากัดเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลาจึงต้องปรับความชัดลึกให้มากเข้าไว้ประหยัดกับประสิทธิภาพในการ ถ่ายปลาไม่มีเลยจึงทำให้ได้ภาพที่อันเดอร์ออกมา ส่งไปอีกก็ให้แกสก็ช่วยขึ้นมาได้นิดหน่อยประกอบด้วยปลากัดเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปลาที่มีสีค่าบนอยู่ควยจึงทำให้ซากรายละเอียดยไป



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์
ในวารสารใจ ทั้งลิขสิทธิ์และเนื้อหา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์
ในวารสารใจ ทั้งลิขสิทธิ์และเนื้อหา

โฆษณาในหนังสือพิมพ์

ในการ ออกแบบโฆษณาทางหนังสือพิมพ์นี้วัตถุประสงค์เพื่อตอกย้ำและทำให้
 ผู้บริโภคจดจำผลิตภัณฑ์ให้แม่นยำมากขึ้น โดยการโฆษณาจะเน้น คนและจุดกับโฆษณา
 นิตยสาร โดยเน้นที่การพักผ่อนในกลุ่มผู้บริโภคที่ชอบไปเที่ยวและชอบถ่ายรูปเก็บไว้
 คุยเป็นที่ระลึกซึ่งต้องการ ใ้ภาพที่มีสีสันสดใสเหมือนตาเห็นซึ่งการ โฆษณานิตยสารนั้น
 เน้นที่จะบอกถึงคุณภาพสีสันความงามของสีแต่ละสีใน โทนสีของโคนิก้าซึ่ง โฆษณาหนังสือ
 พิมพ์นี้จะเห็นแสงออกถึงลักษณะของการ ไปเที่ยวมากกว่าให้ผู้บริโภคเห็นถึง -
 ความงามที่ได้บันทึกโดยโคนิก้า

แนวความคิดในการ ออกแบบ

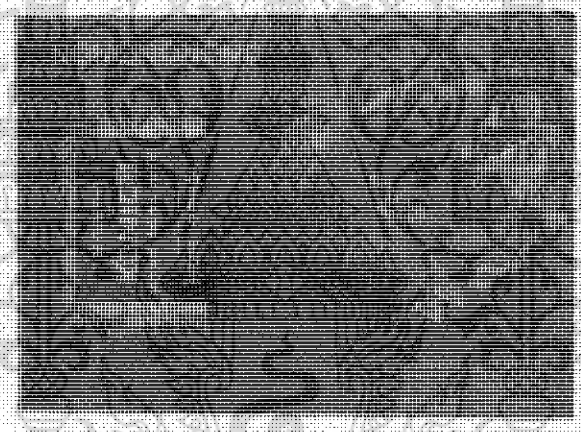
แนวความคิดในการ ออกแบบจาก วัตถุประสงค์ของงานจึง ใ้แนวความคิดที่
 จะแสดงความสดของภาพที่ใ้จากโคนิก้าโดยใ้สไตล์แกนมาก่อนคือ " เก็บความ
 สดใสในฟิล์ม " จากสไตล์อันนี้จึงใ้คิดรูปออกมาคือ สไลด์แกนเมื่ออ่านแล้ว
 จะใ้ความรู้สึกว่าเมื่อคุณไปไหนหรืออยู่ที่ ๆ สวยงาม หรือในบรรยากาศที่สดใส
 สนุกสนานถ้าจะถ่ายรูปใ้บันทึกด้วยโคนิก้า โดยโฆษณาแบ่งเป็น ๒ ชุดลงปก
 หลังของหนังสือพิมพ์ขนาดครึ่งหน้าตามแนวนอน ซึ่งคิดว่าจะเน้นที่รูปสินค้าและสีเป็น
 หลักคือคนมองแล้วต้องหยุดดูสีจะสดมากตรง การตา

โฆษณาชิ้นแรกจะเน้นที่ความงามของสีสันของดอกไม้ ซึ่งสดใสมากแต่จะเน้น
 ตัวสินค้าคือฟิล์ม โคนิก้าและมีดอกไม้ดอกไม้ใหญ่อยู่บนฟิล์มซึ่งสีสดมาปร ะกอบกับ
 สไลด์แกนที่ว่า " เก็บความสดใสในฟิล์ม " แล้วใ้รู้สึกความสดของธรรมชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชาติหรือชีวิตแบบนี้ น่าจะเก็บเอาไว้เป็นที่ระลึกโดยบันทึกด้วยโคนิก้า

โฆษณาจีนที่สองจะเน้นที่การพักผ่อนที่ทะเลหรือความงามของน้ำซึ่งให้ความ
ประทับใจกับคนหลายคนซึ่งคิดว่าเมื่อคนจะไปเที่ยวทะเลคงอยากบันทึกความตื่นตา
ตื่นใจเก็บเอาไว้ แต่ก็เน้นที่ฟิล์มเหมือนกันคือใช้องค์ประกอบเดียวกันแค่เปลี่ยน
รูปแบบไปเพื่อให้มีความเป็นชุดกัน ผู้บริโภคเห็นก็จำได้ว่าเป็นของโคนิก้าและ
เน้นที่ตัวสินค้าเป็นหลัก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้บันทึกข้อมูลหรือเผยแพร่
ในวารสารนิตยสารสิ่ง อื่นที่ห้ามมิให้คัดลอกเพื่อทำ และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของลิขสิทธิ์ด้วย

ปัญหาในการออกแบบโฆษณาหนังสือพิมพ์

ปัญหาในการออกแบบหนังสือพิมพ์มีไม่มากในการทำงาน แต่ก็มีส่วนขั้นตอนการทำงานที่ทำให้ภาพเข้ากันเมื่อเอามาประกอบกันนั้นทำได้ไม่ดีเท่าที่ควรซึ่งเป็นการยากในการถ่ายทำ เพราะไม่สามารถถ่ายภาพพร้อมกันได้ในทีเดียว



การออกแบบแผ่นพับ

ในการออกแบบแผ่นพับนี้สิ่งที่ต้องการคือเป็นการขยายความเข้าใจเกี่ยวกับคุณสมบัติและลักษณะของผลิตภัณฑ์โคนิก้าอย่างละเอียดและถึงมือผู้บริโภคโดยการวางแจกไว้ตามร้านอครูปมินิแล็ปทั่วไป ซึ่งจะบอกลักษณะเด่น ๆ ของผลิตภัณฑ์ โคนิก้าอย่างละเอียดในการออกแบบจะเป็นแผ่นพับขนาด ๔ "x ๔ " พับ ๔ พับหน้า หลัง

แนวความคิดในการออกแบบ

แนวความคิดในการออกแบบคือ เน้นที่คุณลักษณะและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โคนิก้า โดยที่จะเสนอเป็นหัวข้อต่าง ๆ และเสนอด้วยลักษณะของรูปที่ประกอบด้วยคุณลักษณะหลายประการ จึงแยกหัวข้อได้ดังนี้

๑. เทคโนโลยีแห่งสีสัน

จะเป็นการนำเสนอผลงานทางด้านเทคโนโลยีของโคนิก้าที่คิดค้นมาให้ทราบเพื่อที่จะให้ผู้บริโภคทราบถึงความเป็นผู้นำสมัยทางด้านเทคโนโลยีของผลิตภัณฑ์ และมีความเชื่อมั่นเชื่อถือไว้วางใจในตัวสินค้ามากขึ้น

๒. ความงามในแสงที่แตกต่าง

จะเป็นการนำเสนอในเรื่องของการใช้ว่าโคนิก้ามีความฉีกพลาตในการถ่ายในที่แสงแตกต่างกันอย่างมากถึงจะโอเวอร์หรืออันเดอร์ไปเพียงเล็กน้อยก็ยังให้ภาพที่สมบูรณ์อยู่มาก

๓. จากธรรมชาติสู่ลัทธิฟิล์ม

เป็นการบอกถึงลักษณะของฟิล์มที่ใช้ถ่ายในแสงแบบต่าง ๆ และเทคนิคต่าง ๆ ในการถ่ายรูปให้สวยงามและประเภทของฟิล์มต่างขนาดกันด้วย

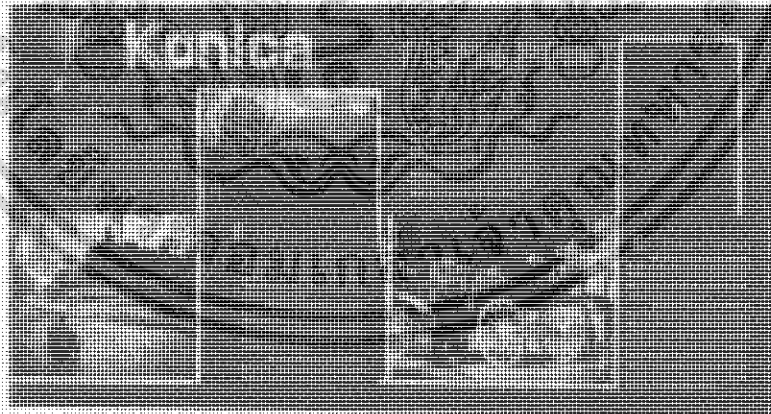
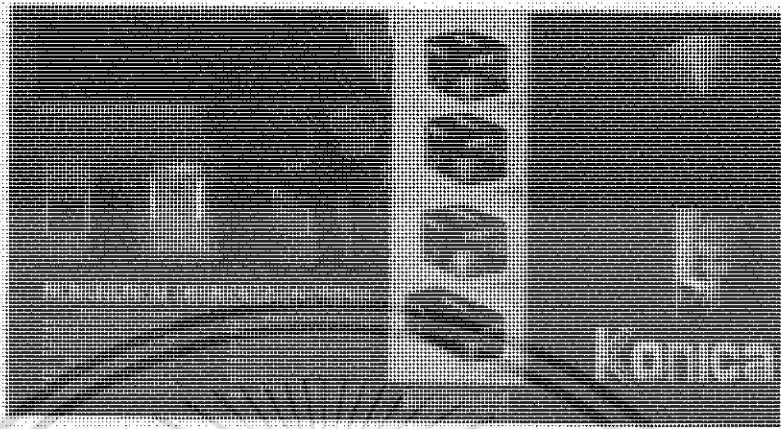
๔. พลังสีที่สทิส

เป็นการบอกถึงสีของฟิล์มที่จะใช้เมื่อถ่ายแล้วว่าสีต้นของโคนิก้ามันสะดวกอย่างไรมีสีอะไรที่มีลักษณะพิเศษคืออย่างไรลักษณะของกระดาษอัดรูป

๕. โคนิก้าเทคโนโลยีขั้นสูงของการถ่ายภาพ

เป็นการสรุปคุณลักษณะของโคนิก้าทั้งหมดเพื่อความเข้าใจแน่นอนของผู้บริโภคซึ่งต้องการให้เข้าใจมากที่สุด

รูปแบบของการออกแบบ เป็นการออกแบบที่สามารถอ่านง่ายและมองได้ อย่างสบายตาตัวหนังสือไม่เล็กเกินไป โดยให้พื้นเป็นสีน้ำเงินซึ่งเป็นสีของโคนิก้า และตัวหนังสือสีขาวเพื่อเน้นแนวแก่การอ่านส่วนตัวหัวข้อต่าง ๆ ให้เป็นสีฟ้าซึ่งจะคุมให้อยู่ในโทนสีของตัวสินค้าโคนิก้า



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่วางกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาในการออกแบบแผ่นพับ

ในการ ออกแบบแผ่นพับมีปัญหามากในการ จักวางรูปแบบซึ่งผมเน้นที่จะให้ เหมือนกับการปฏิบัติงานจริงคือลูกค้าคงต้องการบรรยายสรรพคุณของสินค้าให้ได้ มากที่สุดคงนั่นจริง เน้นที่จะต้องมีข้อมูลมากโดยไม่ได้เน้นให้งานต้องออกมาแบบโชว์ รูปสวยไว้อ่อน อย่างอื่นอะไรก็ได้ และเน้นที่การอ่านสบายตา คือ ข้อมูลและตาม ค่ายประโยชน์ใช้สอย แล้วจึงทำให้สวยงามหลังซึ่งคิดว่าควรวางรูปและตัวหนังสือ แบบธรรมดาจะให้ความรู้สึกที่ตรงตามความต้องการที่ตนเองวางไว้มากที่สุดจึง ได้เริ่มทำ



สรุปและขอเสนอแนะ

สรุปได้ว่าในการทำงานโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ใดก็ตามนั้นนั้นได้รับความรู้และความเข้าใจในหลายอย่างมากขึ้นทราบทั้งปัญหาในการศึกษาและปัญหาในการทำงานของงานแต่ละชิ้น ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า

โฆษณานิเทศสาร และโฆษณาหนังสือพิมพ์และแผ่นพับ

สรุปแนวความคิดในการออกแบบโฆษณา ๓ ชิ้นนี้ สิ่งที่สำคัญในการทำงานคือ จุดประสงค์ และแนวความคิดคือควรทราบและศึกษาให้ถี่ถ้วนและเห็นข้อดีข้อเสียของตัวสินค้า แล้วเราจะเอาจุดไหนมาเล่นถึงออกมาเพื่อเป็นจุดประสงค์ของการทำโฆษณาเสียก่อน เมื่อได้จุดประสงค์แล้วเราก็สามารถเอาข้อมูลนี้มาทำเป็นแนวความคิดที่จะเสนอรูปแบบอย่างไรที่จะให้ตรงกับจุดประสงค์ที่เราต้องการมากที่สุด แต่ก็ยังมีปัญหาอยู่ที่ว่าเมื่อคิดมาแล้วคอนทนต์ไม่สามารถทำได้ตามที่ต้องการในสถานภาพของนักศึกษา ซึ่งทำให้งานของเราลดคุณค่าลงไปมากนี่คือปัญหาหนึ่งซึ่งได้รับจากโครงการพิเศษ นี้ อีกอย่างคือในขั้นตอนการออกแบบร่างซึ่งนับว่าสำคัญมากหากทำแบบร่างไม่เคลียร์ก็จะมีปัญหาในการทำงานจริงเป็นอย่างสูงเนื่องจากเกิดการไม่เข้าใจและไม่แน่ใจในแบบที่ทำ และในเรื่องของขนาดสัดส่วนควมซึ่งผมเน้นมากคือในการทำเนรมร่างจะเท่าของจริงและเปลี่ยนแปลงไปเล็กน้อยเมื่อเสร็จสมบูรณ์ซึ่งถือว่าทำคามแบบร่างซึ่งทุกค่าต้องการ สมบูรณ์แล้ว

ข้อเสนอแนะในการทำงาน คือ

ในขั้นตอนการออกแบบนั้นควร เน้นเรื่องวัตถุประสงค์และแนวความคิดของนักศึกษาที่เขาต้องการจะเสนอจริง ๆ นั้นให้เขาแสดงออกมาให้ได้ไม่ควรไปยับยั้งความคิดแต่ควรพยายามให้เขาได้ทำตามแนวความคิดนั้นให้ได้และช่วยแก้ปัญหาในส่วนของแนวความคิดของเขาให้ดีขึ้นให้ออกมาในรูปแบบที่ตีความที่เขาคิด เพราะจะทำให้เขาเกิดความสบายใจในการทำ เพราะทำตามแนวทางที่ตนคิดเอาไว้อีก อย่างคือควร เน้นให้มีการคิดอย่างเป็นระบบมีจุดประสงค์แนวความคิดหลักกลยุทธ์ที่จะนำมาใช้ในงานโฆษณา (ควร เน้นมาก) และควรให้มีเหตุผลโต้ตอบได้ดี เพราะจะนำไปสู่การ เสนอรูปแบบซึ่งตรงกับแนวความคิดของนักศึกษาได้มากที่สุดและการวางแผนการทำงานในขั้นตอนของการปฏิบัติจริง ซึ่งต้องสามารถรองรับแนวความคิดที่คิดออกมาให้ได้ด้วยจุดนี้ก็เป็นจุดสำคัญในการทำงานเช่นกัน งานจะดีหรือไม่ ก็อยู่กับจุดนี้ด้วยเหมือนกัน

ในการทำโครงการพิเศษสิ่งพิมพ์ ๒ นั้นพบว่าไ้ความรู้และประสบการณ์ต่าง ๆ อีกมาก ความอดทน และการจำยอม และต่าง ๆ อีกมากเพื่อจะให้ไ้ได้ถึงขั้นตอนการปฏิบัติซึ่งคิดว่ามีทั้งไ้และเสีย อิศระในความคิด รูปแบบ ของคนคิดไ้ลดถอยลงไปกว่าครั้ง เพราะหลายสิ่งหลายอย่างซึ่งอาจจะมากกว่านี้เมื่อออกไปอยู่ข้างนอก มันไม่ถึงกับทำให้พอใจมากและไม่ถึงกับไม่มีแรงทำงานมันอยู่กลาง ๆ ก็สบายพอสมควรครับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

สกล เกษมพันธ์ " หลังกล้องสารคดี " สารคดี ปีที่ ๓ (ตุลาคม ๒๕๓๐)

๑๒



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูล



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติความเป็นมา

จากการที่บริษัท โคนิก้าโรกู โฟโต้เป็นบริษัทที่ผลิตอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายภาพและมีสินค้าอยู่หลายตัว คือชุดอุปกรณ์สำหรับถ่ายภาพทั้งหมด และเครื่องถ่ายภาพเอกสารซึ่งทำให้เกิดปัญหาในการใช้สินค้าซึ่งมีหลายชื่อทำให้ลำบากในด้านการจัดงบประมาณ จึงได้ปรับปรุงชื่อสินค้าทั้งหมดเสียใหม่เป็น " โคนิก้า " เพื่อเป็นสากลทั่วโลกและทางบริษัทได้เปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายให้สูงขึ้นด้วย เพื่อต้องการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดโดยการพัฒนาเทคโนโลยีต่าง ๆ โดยตลอด

ทำให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความสามารถในการใช้งานในลักษณะต่าง ๆ ได้ อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเป็นเพราะทางบริษัทได้พยายามศึกษาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัยสมบูรณ์แบบตลอดเวลาที่ทำการมาเกือบ ๑๐๐ ปี ซึ่งทำให้ - ผลิตภัณฑ์ของโคนิก้ามาสมัยอยู่ตลอดเวลาและมีผู้เชื่อมั่นในการใช้สอยเป็นความมั่นใจของผู้ที่ต้องการบันทึกภาพแห่งความทรงจำให้นานเท่านาน

จุดเด่นของบริษัทคือสามารถประสานความชำนาญทางเทคโนโลยีที่แตกต่างกันแต่ต่อเนื่องกัน ทำให้โคนิก้าเป็นผู้นำในการผลิต ผลิตภัณฑ์ใหม่ให้วงการมา - ตลอดเช่น

๑. กระดาษอัดสี
๒. फिल्म
๓. กล้องชนิด บันทึกวันถ่ายภาพได้
๔. โคนิก้า คัลเลอร์ ๗ เครื่องถ่ายภาพเอกสาร ๓ มิติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์ของบริษัท

เนื่องจากการที่บริษัทได้เปิดทำการมานาน มีผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มากมายแต่ใช้ชื่อที่แตกต่างกันไป ซึ่งนับว่าเป็นปัญหามากในการที่จะให้ผู้บริโภคจดจำ และเป็นการสิ้นเปลืองงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ ทางบริษัทจึงเปลี่ยนชื่อของสินค้าที่มีอยู่มาใช้ชื่อเดียวกันหมด เพื่อง่ายแก่การจดจำของผู้บริโภคและการประชาสัมพันธ์ของบริษัทจึงเห็นชอบให้ใช้ชื่อ " โคนิก้า " ดังนั้นจึงเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ซึ่งต้องประชาสัมพันธ์ให้คนรู้จักโดยเร็วและเป็นต้นลเชื้อถือของประชาชน และเป็นผู้ดำเนินการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี วัตถุประสงค์ของบริษัทคือ

- ๑. ทำให้ผู้บริโภครู้จักและจดจำชื่อโคนิก้า
- ๒. ต้องการ แสดงคุณลักษณะ เค้นของผลิตภัณฑ์ออกมา
- ๓. ต้องการ ขยายกลุ่มเป้าหมาย
- ๑. ลักษณะเค้นของผลิตภัณฑ์โคนิก้า
 - ๑. ให้สดใสและเพี้ยนน้อยมาก
 - ๒. สามารถทนรอยขีดข่วนได้มาก
 - ๓. มีราคาถูกกว่า
- ๒. ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มผู้บริโภค

ผลิตภัณฑ์ โคนิก้า เป็นผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสดใส คมชัดมีความคงทนมากซึ่งน่าสนใจคือ ช่างภาพสมัคร เล่นและอาชีพซึ่งมีหลายแบบให้เลือกและราคาถูกกว่าคู่แข่งด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มเป้าหมาย

๑. ชายหญิง อายุ ๑๗ ปีขึ้นไป
๒. มีความสนใจในการถ่ายภาพ
๓. ความรู้ระดับ ปวช. - ปริญญาตรี
๔. ความสามารถทางการเงิน -
๕. ภูมิลำเนา กรุงเทพฯเป็นหลัก
๓. ลักษณะทางค่านิยมตลาด

เนื่องจากผลิตภัณฑ์โคนิก้าเริ่มเข้าสู่ตลาดในระยะแนะนำและต้องการแบ่งส่วนตลาดซึ่งต้องแข่งขันกับ โกดักซึ่งครองตลาดอยู่ ๕๐% ส่วนโคนิก้ามีประมาณ ๑๕% ของตลาดทั้งหมด สิ่งที่โคนิก้ามีส่วนแบ่งทางการตลาดน้อยเพราะขาดการประชาสัมพันธ์ ที่ดี ซึ่งนับว่าควร เน้นมากสำหรับตลาดและเราได้เน้นทางด้านเทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิตสินค้าของเรา

| | |
|------------|--------------|
| โกดัก 50 % | ฟูจิ 20 % |
| | อิกฟา 10 % |
| | อื่นๆ 5 % |
| | โคนิก้า 15 % |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และเผยแพร่ไปยังเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

๔. ลักษณะการวางตลาดของสินค้า

๑. วางตลาดขายส่งตามร้านส่ง
๒. มินิแล็ป ของโคนิก้าและทั่วไป

๕. การคาดคะเนตลาด

จากตลาดนี้เราจะเห็นได้ว่า จุดที่วางขายของโกคักดีกว่าตรงที่เน้นประชา – สัมพันธ์ และมินิแล็ปของโกคักมากกว่าสินค้าตัวอื่น จึงทำให้ส่วนแบ่งของตลาด ส่วนใหญ่ตกอยู่กับโกคัก คาดว่าถ้าเน้นการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นและเพิ่มมินิแล็ป ของโคนิก้าให้มากขึ้นจะทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นได้

๖. การวางตำแหน่งสินค้า

วางตำแหน่งสูงเทียบเท่าของโกคักและ พูจีและเน้นที่มีพัฒนาการทาง – เทคโนโลยีขั้นสูง

๗. วัตถุประสงค์ในการโฆษณา

๑. เพื่อแสดงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์โคนิก้าให้ผู้บริหาร
๒. เพื่อช่วยเพิ่มยอดขาย
๓. เพื่อให้ผู้บริหารมีแนวทางในการ เลือกใช้

๘. วัตถุประสงค์ของการ เลือกสื่อโฆษณา

การ เลือกสื่อโฆษณาแต่ละชิ้นนั้น เพื่อต้องการ ขยายฐานผู้บริหารให้มากขึ้น เพื่อจะได้มีผู้บริหารหลายระดับแตกต่างกันครอบคลุมได้มาก

๕. กลยุทธ์ทางคำสอนและการเลือกสื่อ

๑. โฆษณาในนิตยสาร

งานส่วนใหญ่จะลงในนิตยสาร เพราะในปัจจุบันกลุ่มเป้าหมายหลักคือวัยรุ่น สนใจที่จะอ่านนิตยสารต่าง ๆ มากจึงทำให้เป็นกลุ่มใหญ่ที่จะหวังผลและผู้บริหาร กลุ่มนี้มีความสามารถในการซื้อสูงด้วยจึงควรที่จะลงในนิตยสาร เช่น แพรว เปรียว คิริน สารคดี เป็นต้น

๒. โฆษณาหนังสือพิมพ์

จะลงในหนังสือพิมพ์หน้าสี่ด้านหลัง เพราะปัจจุบันสามารถลงหน้าตามต้องการได้แล้วยังอีกอย่างคือมีคนอ่านหนังสือพิมพ์ในท้องถิ่นมากซึ่งคิดว่าคุ้มค่าในการจะโฆษณาสินค้าสักตัว

๓. แผ่นพับ

การทำแผ่นพับเพื่อเป็นตัวอย่างสนับสนุนทางคำสอนข้อมูลที่ละเอียดสำหรับผู้บริโภค เป็นการรองรับผลจากการโฆษณาเพราะสามารถบอกรายละเอียดได้มากและจะวางไว้ตามร้านขายส่งและมินิแล็ปทั่วไป

๑๐. ขอบเขตของโครงการ

๑. โฆษณาในนิตยสาร ๓ ชุค ต่อเนื่องกัน

ขนาดประมาณ $๑๑๑" \times ๑๖๑"$

พิมพ์ ๔ สี ลงใน แพรว เปรียว สารคดี ฯ

๒. โฉมฉายในหน้าหนังสือพิมพ์ ๒ ชุด

ขนาดประมาณ ๑๖" x ๑๑"

พิมพ์ ๔ สี ลงก้านหลัง ไทยรัฐ เคลินิวส์

๓. แผ่นพับ

ขนาดประมาณ ๔" x ๔" พับ ๔ พับ

พิมพ์ ๔ สี หน้าหลัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทนำ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสำคัญของโครงการ

จากอดีตถึงปัจจุบันการถ่ายรูปนับเป็นการบันทึกเรื่องราวต่าง ๆ ในขณะนั้น ใกล้เคียงจริงมากที่สุดและเป็นส่วนที่ทำให้ทราบถึงลักษณะชีวิตประจำวัน สภาพ – ต่าง ๆ ของยุคสมัยนั้นได้มาก

ปัจจุบันตลาดมีผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการถ่ายภาพอยู่หลายยี่ห้อเน้นด้านการบันทึก ภาพ เรียงตามความนิยมได้แก่ โกดัก พูจิ โคนิก้า อักฟ่า ในแต่ละผลิตภัณฑ์จะมีจุดดีและจุดเสียแตกต่างกันออกไป จึงเห็นได้ว่าในจุดนี้เราสามารถดึงเอาจุดดีของผลิตภัณฑ์ที่ออกมาเสนอได้ จึงเลือกท่านผลิตภัณฑ์โคนิก้า ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเด่นคือ ให้สีสันที่สดใส จากจุดนี้เองจึงอยากทำโครงการนี้ เพราะอาจทำให้ผู้บริโภคเห็นลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์นี้ได้

จุดประสงค์ของโครงการ

๑. เพื่อต้องการที่จะดึงคุณลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ที่ออกมาเสนอให้ได้
๒. ต้องการขยายกลุ่มเป้าหมายให้กว้างขึ้น
๓. ต้องการให้ผู้บริโภคจกจำสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้ได้

ขอบเขตของโครงการ

๑. ออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณาในทศสาร เป็นชุดต่อเนื่อง ๓ ชุดขนาด ๑๑๑" x ๑๖๑"
๒. ออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณาในหนังสือพิมพ์บ้านหลังครึ่งหน้าขนาด ๑๖" x ๑๑"
๓. แผ่นพับขนาด ๘" x ๘" จำนวน ๘ พับหน้าหลัง ๑ ชุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แหล่งข้อมูล

- บริษัท ชันคัลเลอร์ จำกัด ๒๕๕๕ - ๒๕๕๕ ถ. เพชรบุรีตัดใหม่ กทม. ๑๐๓๑๐

- นิตยสารคูแฉง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- ใ้ทักษะและอื่น ๆ อีกมากในด้านการปฏิบัติและด้านความคิด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้