

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้า เจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง

โครงการออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณา คลอสเตอร์เปียร์

โดย

นาย บุญชัย ปิยะวุฒิโกชน



..... กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา
 กรรมการ
 กรรมการ
 กรรมการ

รับตรวจ วันที่ เดือน พศ.

หัวหน้าภาควิชาศิลปะ

คณบดี

ที่ ๓

เลขหมู่.....
 เลขทะเบียน.....
 วัน,เดือน,ปี 16 ส.ค. 2552

b.....
 i.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

โครงการการออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณา

" คลอสเตอร์เบียร์ "



ภาควิชาศิลปะ

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

2533

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนำ

ในปัจจุบันนี้ ตลาดเครื่องคั้มประเภทเบียร์ นับว่าเป็นที่คึกคักมากซึ้นกว่าแต่ก่อน อันเนื่องมาจากกิจการประเภทคั้มได้เกิดขึ้นอย่างมากมายในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ซึ่งวัยรุ่นหนุ่มสาวในปัจจุบันนิยมที่จะมาพบปะสังสรรค์กันที่นี่เป็นประจำ ดังนั้น "เบียร์" จึงเหมาะสำหรับหนุ่มสาวที่เพิ่งจะเริ่มคั้ม หรือต้องการคั้มควบคู่ไปกับการรับประทานอาหาร เพราะเบียร์เป็นเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ต่ำ ทำให้ไม่เมาเร็วเหมือนเหล้าอื่นๆไป

ดังนั้น ข้าพเจ้าจึงเลือกทำโครงการออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณาสำหรับสินค้าชนิดนี้ โดยเลือกทำ "คลอสเตอร์เบียร์" เพราะคลอสเตอร์เบียร์เป็นเบียร์ที่คิดตลาดมานานซึ่งปัจจุบันก็ได้ผลิตโฆษณาชุดใหม่ๆออกมา และภาพพจน์ของคลอสเตอร์ก็เป็นเบียร์ที่มีรสนิ่มเหมาะสำหรับหนุ่มสาวยุคใหม่นี้

สำหรับข้อมูลต่างๆ ตลอดจนแนวความคิดสร้างสรรค์และขั้นตอนการทำงานต่างๆ ข้าพเจ้าได้เรียบเรียงเอาไว้แล้วภายในเล่ม เพื่อจะได้เป็นประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้าต่อไป

บุญชัย บิยะวุฒิโกชน์

กิตติกรรมประกาศ

สำหรับงานโครงการพิเศษ 2 นี้ ประสบความสำเร็จล่วงไปด้วยดีนั้น ข้าพเจ้า
ขอขอบพระคุณท่านคณะกรรมการโครงการพิเศษทุกท่านที่ได้คอยชี้แนะและให้ความช่วยเหลือใน
ทุกๆด้าน รวมทั้งคุณ "พงศธร บุณศรี" ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์ บริษัท เอ็กซ์คาลิเบอร์
ที่ช่วยเหลือเอื้อเฟื้อข้อมูลต่างๆจนงานสำเร็จล่วงด้วยดี

ขอขอบพระคุณอย่างสูง

บุญชัย ปิยะวุฒิโกชน



๑

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

หน้า

คำนำ.....	๕
กิตติกรรมประกาศ.....	๖
บทที่	
1 หัวข้อโครงการ	
ความสำคัญของโครงการ.....	1
วัตถุประสงค์และขอบเขตของโครงการ.....	1
2 การรวบรวมข้อมูล	
ข้อมูลจำเพาะของคลอสเตอร์เบียร์.....	3
3 การวิเคราะห์ข้อมูล	
กลุ่มเป้าหมายและพฤติกรรม.....	7
4 ขั้นตอนการออกแบบ.....	8
5 บทสรุป.....	14
บรรณานุกรม.....	15

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อโครงการ

การออกแบบสิ่งพิมพ์เพื่อการโฆษณา "คลอสเตอร์เบียร์"

ความสำคัญของโครงการ

เพื่อเป็นการโปรโมทเข้าเดือนผลิตภัณฑ์ เนื่องจากคลอสเตอร์เบียร์เป็นสินค้าที่คิดตลาดมานานแล้ว และปัจจุบันก็มีได้ทำโฆษณาชุดใหม่ขึ้นมา มีคู่แข่งของเก่ามาลงบ้างเป็นครั้งคราว ดังนั้นการทำโฆษณาชุดใหม่ขึ้นมา นั้น จึงเท่ากับเป็นการสร้างภาพพจน์ให้ต้นตัวขึ้นมาอีกครั้ง โดยใช้คอนเซ็ปท์ใหม่ ๆ สร้างความรู้สึกที่สนุกสนานขึ้น

วัตถุประสงค์และขอบเขตของโครงการ

วัตถุประสงค์

- 1 เพื่อเป็นการย้ำเตือนให้ผู้บริโภคได้จดจำสินค้า และเกิดความต้องการบริโภค
- 2 เป็นการแนะนำสินค้า สำหรับผู้บริโภคที่ยังเป็นหนุ่มสาวและเพิ่งจะเริ่มดื่ม
- 3 สร้างภาพพจน์ใหม่ให้เหมาะสมกับวัย หนุ่มสาวในยุคปัจจุบัน

แนวทางการออกแบบ

รูปแบบของงานเป็นกราฟฟิก โดยแบ่งออกเป็น 2 ชุด ชุดแรกเป็นการนำเอาจุดเด่นของคลอสเตอร์มาเป็นจุดขาย แสดงสื่อเปรียบเทียบเช่นใช้สีเขียวของขวดแสดงความรู้สึก งานชุดนี้เสนอออกมาในรูปแบบ ILLUSTRATE ใช้เทคนิคสีน้ำ เพื่อให้ได้สีที่ใส กุสบายตา

ชุดที่ 2 เป็นภาพถ่าย ใช้ภาพของหนุ่มสาวเป็นสื่อแสดงความสุขที่ได้จากการดื่มคลอสเตอร์ ตามสโลแกนที่ว่า "ความสุขที่คุณดื่มได้" ใช้เทคนิคถ่ายภาพแล้วโค้ดท์ออกมาจัดวางบน SPACE ขาว เล่นจังหวะในรูปทรงของคนและตัวอักษรให้สัมพันธ์กัน

ขอบเขตของงาน

- 1 MAG. AD. 4 ชิ้น แบ่งเป็นภาษาไทย 2 ชิ้น ภาษาอังกฤษ 2 ชิ้น
- 2 โปสเตอร์ 2 ชิ้น ขนาด 15/21 เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษอย่างละ 1 ชิ้น

วิธีการเผยแพร่

- ลงโฆษณาตามนิตยสารชั้นนำ เช่น GM, IMAGE ก็ฉิ้นและคู่แข่ง ฯลฯ
- สำหรับโปสเตอร์ติดตามร้านอาหารที่จำหน่ายคลอสเตอร์ทั่วไป



บทที่ 2

การรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลจำเพาะของคลอสเตอร์เบียร์

คุณสมบัติของเบียร์คลอสเตอร์

1. คิมแล้วไม่มีอาการปวดหัว
2. เป็นเบียร์ที่มีรสชาติอ่อน ประมาณ 15 ดีกรี
3. เป็นสูตรเบียร์จากเยอรมัน
4. IMAGE ดีกว่าเพราะคุณเป็นเบียร์นอก (ที่จริงผลิตในประเทศไทย) ราคาสูงกว่าเบียร์ทั่วไป
5. ขวด (PACKAGE) ดีงอกใจกว่า และสีเขียวของขวดช่วยสกัดแสงอุลตราไวโอเล็ต ทำให้สามารถเก็บไว้ได้นาน

ส่วนประกอบ

1. ข้าวบาร์เลย์ ใช้ข้าวสาคูจากรวงนำมาคั่วให้เป็นมอลต์
2. HOPE เป็นคอกไม้ชนิดหนึ่งในคล้ายองุ่น เป็นตัวทำกลิ่น สิ่งเอามาจาก เยอรมัน
3. น้ำ

ขั้นตอนการผลิต

1. นำส่วนประกอบดังกล่าวมาหมักเพื่อทำให้เกิดยีสต์ การหมักเบียร์นี้จะทำให้เกิดก๊าซ ซึ่งมีผลทำให้เกิดอาการปวดหัว สำหรับคลอสเตอร์เบียร์มีวิธีแยกก๊าซออกจากเบียร์ซึ่งเป็นสูตรเฉพาะของคลอสเตอร์เอง
2. เมื่อหมักจนได้ที่จะนำไปกรองและผ่านทาสเจอร์ไรส์
3. บรรจุขวด
(ช่วงที่หมักเสร็จแล้ว ก่อนนำไปกรองเรียกว่าเบียร์สด จะมีรสเข้มข้น กลิ่นแรงและเมาเร็ว

กลยุทธ์ในการทำโฆษณาที่ผ่านมา

1. แสดงให้เห็นว่าเป็นสินค้า INTERNATIONAL
2. ทำโฆษณาเพื่อ ENTERTAIN คน ดังนั้นจะเห็นได้ว่าผลงานที่ผ่านมาจะเน้นเรื่องของคนตรี เป็นส่วนใหญ่ อาจจะมีบ้างที่เป็นกีฬาแต่ก็จะเป็นกีฬาที่สบายๆ เน้นการคลายเครียดมากกว่า

เช่น กอล์ฟ สไนเกอร์

3. จะใช้บุคคลที่กำลังอยู่ในความสนใจขณะนั้นมาเป็นแบบ เพื่อดึงดูดคนโดยส่วนใหญ่จะเป็นชาวต่างประเทศ เช่น ร็อค สจ๊วต สตีฟ เทวิก ทั้งนี้เพื่อแสดงถึงความเป็น INTERNATIONAL

สภาพตลาดเบียร์โดยทั่วไป

ในปัจจุบันนี้เราจะเห็นได้ว่าคนไทยจะนิยมดื่มเบียร์กันมาก โดยเฉพาะผู้หญิงจะกล้าดื่มเบียร์กันมากขึ้น เพราะเบียร์เป็นเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ต่ำกว่าเหล้ามาก ประกอบกับการดื่มเบียร์ของผู้หญิงในปัจจุบันได้รับการยอมรับมากขึ้น ส่วนทางด้านผู้ชาย เบียร์ก็เป็นเครื่องดื่มอย่างหนึ่งที่ผู้ชายนิยมจะดื่มเมื่อสังสรรค์กับเพื่อนฝูง ถึงแม้ว่าเบียร์จะมีปริมาณแอลกอฮอล์น้อยกว่าเหล้าก็ตาม ผู้ชายก็ยังนิยมที่จะดื่มเพราะไม่เมาเร็ว ไม่มีอาการเมาค้างเหมือนเมาเหล้า ดื่มเบียร์แล้วดูมีรสนิยมดีกว่าดื่มเหล้าไทย นอกจากนี้ยังทำให้เป็นที่ยอมรับในหมู่เพื่อนฝูงมากขึ้นช่วยทำให้คุยสนุก

ตลาดเบียร์เป็นตลาดที่เรียกว่าใหญ่มีมูลค่าถึงประมาณ 4,000 ล้านบาทปี ภาวะตลาดเบียร์เป็นตลาดที่มีการขยายตัวอยู่เรื่อยๆ แต่อย่างไรก็ตาม เบียร์เคยถูกกระทบอย่างมากซึ่งมีผลทำให้ปริมาณการดื่มเบียร์ของคนไทยลดลงอย่างชวบชวบอันเนื่องมาจากนโยบายของรัฐบาลในการขึ้นภาษีเบียร์ใน พ.ศ. 2523 แต่ต่อมาในช่วง พ.ศ. 2525 ถึง พ.ศ. 2526 ตลาดเบียร์เริ่มฟื้นตัวอีกครั้ง แล้วก็ถูกกระทบอีกเป็นครั้งที่ 2 ใน พ.ศ. 2528 อันเนื่องจากรัฐบาลเก็บภาษีเบียร์ครั้งนี้เพิ่มขึ้น 100 % ซึ่งทำให้ราคาเบียร์สูงขึ้นมาก ปริมาณการดื่มเบียร์ของผู้บริโภคก็ลดลงทันที ซึ่งทำให้สืบเนื่องถึงปัจจุบันในแง่ที่ว่าตลาดเบียร์ยังคงไม่กระเตื้องเท่าที่ควร แต่อย่างไรก็ตาม แนวโน้มของภาวะตลาดเบียร์ในอนาคตมีแนวโน้มว่าจะดีขึ้นเรื่อยๆ ในระยะ 5 ปี คือ ตั้งแต่ พ.ศ. 2529 - พ.ศ. 2533

ประเทศไทยในปัจจุบันมีโรงงานผลิตเบียร์อยู่ 2 แห่งด้วยกัน คือ โรงงานของบริษัท บุญรอด บริวเวอรี่ และโรงงานของบริษัท ไทยอมฤต บริวเวอรี่ จำกัด โรงงานของบริษัท บุญรอด บริวเวอรี่ เป็นโรงงานที่ผลิตเบียร์แห่งแรกในประเทศไทย ก่อตั้งมาประมาณ 50 กว่าปีแล้ว เบียร์ที่ทางบริษัทนี้ผลิตคือเบียร์ตราสิงห์ สิงห์ GOLD เบียร์ของทางบริษัท บุญรอดฯ นั้น ได้เปรียบบริษัทไทยอมฤตฯ ในด้านความมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมานาน รสชาติก็เป็นที่คุ้นเคยของผู้ดื่มเป็นส่วนใหญ่ เพราะมีการปรับปรุงรสชาติ ดิกิริ ให้เหมาะกับลิ้นคนไทย

ปัจจุบันนี้ค่ายบริษัทบุรอกฯ ได้ปลูกข้าวบาร์เลย์เพื่อนำมาทำเป็นวัตถุดิบในการทำเบียร์ ซึ่งเป็น
สิ่งที่ดีสำหรับประเทศไทยที่จะไม่ต้องสูญเสียเงินตราออกนอกประเทศในการซื้อวัตถุดิบนี้

ส่วนทางด้านบริษัทไทยอมฤต บริวเวอรี่ จำกัด ก่อตั้งหลังบริษัทบุรอกฯ ประมาณ
25 ปีปัจจุบันผลิตเบียร์อมฤต กินเนส คลอสเตอร์ ซุนแพน สำหรับคลอสเตอร์นั้นเป็นเบียร์ที่ได้
รับลิขสิทธิ์มาจากบริษัทในเยอรมัน ดังนั้นรสชาติต้องอยู่ในระดับมาตรฐานของบริษัทแม่ที่เยอรมัน

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ในประเทศไทยขณะนี้เบียร์อยู่คั้งนี้คือ เบียร์สิงห์ สิงห์ GOLD
อมฤต ซุนแพน คลอสเตอร์ กินเนส เบียร์นอกต่างๆ โดยเป็นเบียร์กระป๋องและขวด แต่พฤติกรรม
ของคนไทยชอบเบียร์ขวดมากกว่า เพราะว่าเบียร์กระป๋องเป็นเบียร์ที่ต้องสั่งเข้ามาในประเทศ
ราคาจึงค่อนข้างสูง และหากจะจำแนกชนิดของเบียร์แล้วกล่าวได้ว่าเบียร์มี 4 ชนิดคือ

1. เอล (ALE)
2. ล้ากเกอร์ (LAGER)
3. สเต้าท์ (STOUT)
4. บ็อคเบียร์ (BOCK BEER)

โดยคลอสเตอร์ ซุนแพน อมฤต สิงห์ สิงห์ GOLD เป็น LAGER BEER

การครองตลาด

ขณะนี้เบียร์สิงห์เป็นเบียร์ที่ MARKET SHARE มากที่สุดคือ 80 / เนื่องจาก
เบียร์สิงห์เป็นเบียร์ที่มีมานานแล้ว เป็นที่ยอมรับของนักดื่มและมีรสชาติถูกลิ้นคนไทย ส่วนเบียร์
คลอสเตอร์เป็นเบียร์ที่มีการครองตลาดรองลงมาคือประมาณ 12 / ส่วนที่เหลือเป็น MARKET
SHARE ของเบียร์ยี่ห้ออื่นๆ

สถานที่การจับจำหน่าย

คลอสเตอร์มีการจำหน่ายทั่วไป คือ ความห่างสรรพสินค้า ร้านขายเครื่องดื่ม ร้าน
อาหาร ร้านขายของชำที่มีตู้แช่เย็น หากจะเปรียบเทียบกับสถานที่การจับจำหน่ายของเบียร์สิงห์
แล้วก็พอๆกัน อาจจะมีบ้างเป็นบางแห่งที่ไม่มีคลอสเตอร์ขาย และก็มีบางแห่งที่ไม่มีเบียร์สิงห์
ขายเช่นกัน เพราะมีการเล่นกลยุทธ์ก็คั่นโดยทางเบียร์สิงห์ให้กว้างไรมากกว่า แต่ทางคลอสเตอร์
ก็ใช้นโยบายเช่นนี้เช่นกันในการต่อสู้กับเบียร์สิงห์

ส่วนทางด้านการขายมีทั้งการขายแบบให้เครดิต 7 วันและแบบเงินสด การให้

เครดิตนั้นน้อยวัน เพราะสินค้าประเภทแอลกอฮอล์มักไม่ให้เครดิตกันนาน ซึ่งทั้งคอสเตอร์และ เบียร์สิงห์ก็ใช้วิธีนี้

ปัญหาและโอกาสของคอสเตอร์

ปัญหาของคอสเตอร์เบียร์ขณะนี้หากจะกล่าวไปแล้วก็เป็นปัญหาเกี่ยวกับเบียร์สิงห์ คือ เป็นปัญหาที่สืบเนื่องมาจากการขึ้นภาษีเบียร์ 100 / ของรัฐบาลทำให้การคิมเบียร์ของกลุ่ม เป้าหมายลดลง แต่อย่างไรก็ตาม โอกาสที่จะกลับมายังจุดเดิมในระยะแรกๆนั้นก็ยังมีโอกาส เนื่องจากค่าครองชีพของคนสูงขึ้น ดังนั้นจึงคาดว่าภายในระยะ 3 ปี และอย่างช้าที่สุด 5 ปี อัตรารายจะกลับสู่จุดเดิม



บทที่ 3

การวิเคราะห์ข้อมูล

กลุ่มเป้าหมายและพฤติกรรม

เป็นหนุ่มสาวรุ่นใหม่ (YOUNG GENERATION) โดยเน้นในเซกกรุงเทมหานคร และหัวเมืองใหญ่ มีฐานะ - โดยมีพฤติกรรมแบบวัยรุ่นทั่วไปคือ ชอบสังสรรค์สนุกสนาน เป็นผู้ที่ต้องการการยอมรับจากกลุ่ม เป็นผู้มีรสนิยมในการเลือกซื้อ โดยแบ่งเป็นกลุ่มคนที่ดื่มอยู่แล้ว และกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่กำลังเริ่มดื่ม

คู่แข่ง

คู่แข่งที่สำคัญของคลอสเตอร์นั้นได้แก่ "เบียร์สิงห์" ส่วนคู่แข่งทางอ้อม (INDIRECT COMPETITOR) คือ เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ทั่วไป

ส่วนทางเบียร์สิงห์เองนั้นเขามองตัวเองว่าเป็นสินค้าที่ให้ความบันเทิง (ENTERTAIN) ดังนั้นคู่แข่งของเบียร์สิงห์จึงมีมากมาย เช่น โรงภาพยนตร์, VDO ฯลฯ โดยเบียร์สิงห์มองเบียร์คลอสเตอร์เป็นเพียงแค่ส่วนหนึ่งของคู่แข่งของเขา การที่เขาถือว่าพวกโรงภาพยนตร์เป็นคู่แข่งของเขา เพราะคนจะไปดูภาพยนตร์แทนการดื่มเบียร์ได้ ซึ่งเป็นการเสียตลาดได้

ส่วนทางเบียร์สิงห์ GOLD นั้นออกมาโดยจับกลุ่มเป้าหมาย YOUNG GENERATION โดยเป็นเบียร์ที่มีแอลกอฮอล์ต่ำกว่าคลอสเตอร์อีก เป็นการแย่งส่วนหนึ่งของคลอสเตอร์ไปด้วยอีกเหมือนกัน

ข้อมูลในการออกแบบ

ลักษณะงานเดิมที่มีอยู่

สำหรับคลอสเตอร์เบียร์ส่วนใหญ่จะมีการโปรโมทในรูปแบบของโปสเตอร์มากกว่า จะเป็น MAG. AD. บ้างนานๆครั้ง ซึ่งก็จะใช้รูปชุกเดียวติดกับที่เป็นโปสเตอร์มาย่อลงเป็นขนาด

งานชุดที่ประสบความสำเร็จ ได้แก่ชุดที่เป็น ILLUSTRATE มีมือของคุณเกียรติศักดิ์ ผลิตภาพณ์ ใช้เทคนิคสีน้ำ ดังนั้นงานชุดหนึ่งของข้าพเจ้าจึงใช้ ILLUSTRATE เช่นเดียวกันเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องและเป็นเอกลักษณ์ของคลอสเตอร์

บทที่ 4

ขั้นตอนการออกแบบ

รูปที่ 1 แก้วจากงานสเก็ตช์ซึ่งแต่เดิมใช้รูปผักสีเขียวซึ่งไม่แสดงความสดชื่นอย่างที่ต้องการ จึงเปลี่ยนเป็นใบไม้ที่ใช้ในการจัดสวนประดับ ซึ่งจะแสดงความสดชื่นได้ดีกว่า



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปที่ 2 แก้วเรื่องแว่นตาให้เห็นเงาสสะท้อนขวดคอสเตอร์ ซึ่งจะทำให้เรื่องดูชัดเจนนขึ้นกว่าเดิมมาก

For someone that see the world freshy



See the world

with



HAPPINESS YOU CAN DRINK

งานสเก็ช

For someone that see the world freshy



See the world

with

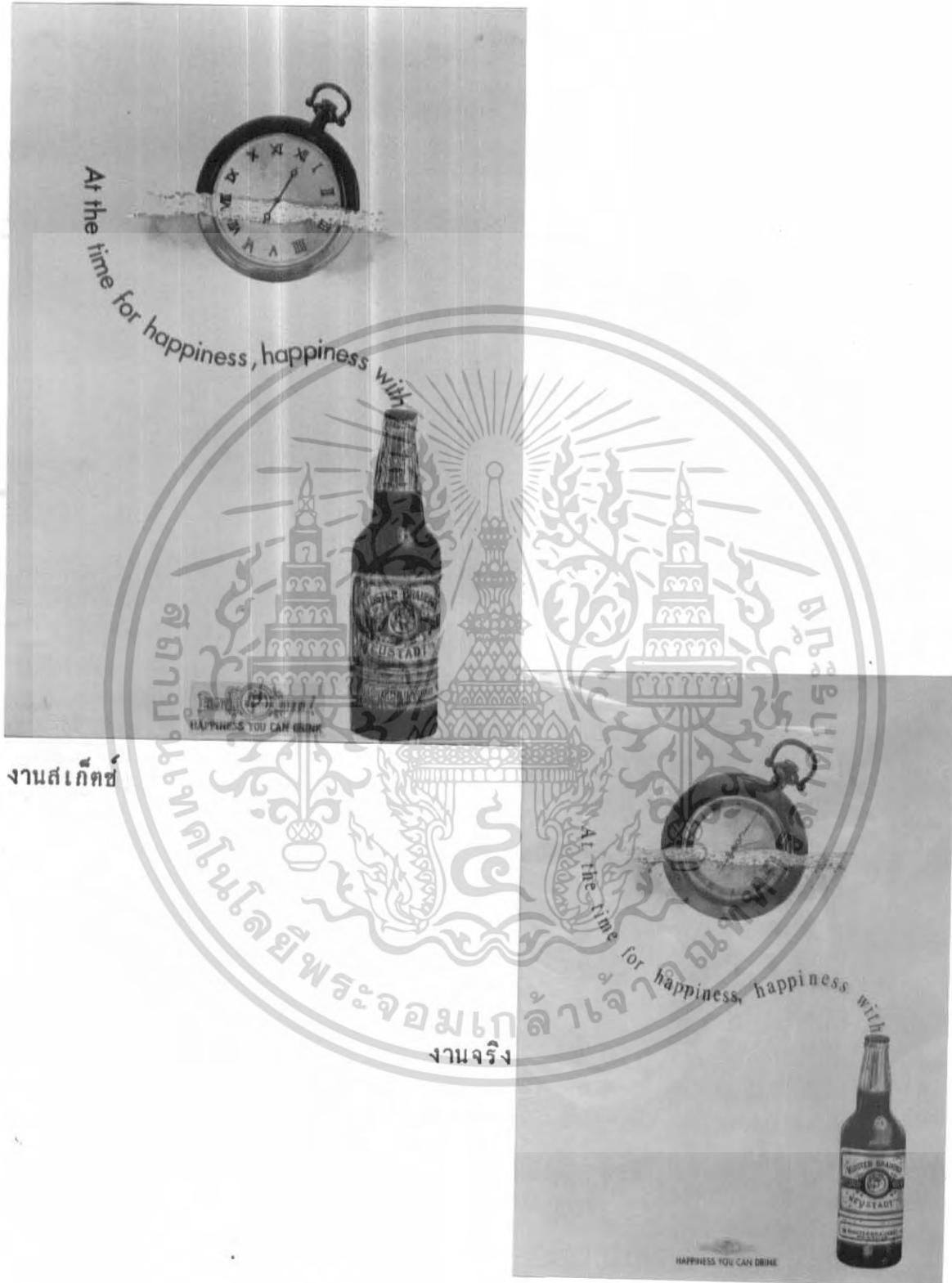


HAPPINESS YOU CAN DRINK

งานจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปที่ 3 จะใกล้เคียงงานเสกข์มากเพียงแต่จัดวางขนาดให้เหมาะสมยิ่งขึ้น



งานเสกข์

งานจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปที่ 4 - 5 - 6 แก๊ซเรื่อองงค้ประกอบและสีตัวหนังสือให้เป็นสีเบียร์ทำให้คูมีสีล้นขึ้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



งานส์เกิดซ

งานจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



งานส์เก็คซ์

ลิ้มลองความสุขจากสีเขียวขวดนี้



งานจริง

ลิ้มลองความสุขจากสีเขียวขวดนี้

สำหรับงานโครงการการออกแบบสิ่งพิมพ์เพื่อการโฆษณา "คลอสเตอร์เบียร์" นี้ ข้าพเจ้าคิดว่าประสบความสำเร็จพอสมควร ในเรื่องของ ILLUSTRATE ที่คิดว่าจะเป็นปัญหา มากที่สุดในระยะแรกนั้น เพราะการใช้สีน้ำเขียนให้เหมือนจริงเป็นธรรมชาติที่สุดนั้นลำบากมาก แต่ที่เลือกใช้สีน้ำเพราะสีน้ำมีคุณสมบัติที่สทสีมากกว่าสีโปสเตอร์ซึ่งเขียนได้ง่ายกว่าแค่ทับคั้น ไม่สทสีเท่า แต่เมื่อลองทดลองทำดูจนชำนาญแล้วก็ไม่มีปัญหาอะไรเหลือแต่ต้องใจอะคริลิกสี ขาวช่วยในบางจุดเพื่อให้ใต้น้ำหนักสมจริงขึ้น

ที่เป็นปัญหาจริงๆแล้วก็คือ เรื่องของการถ่ายภาพ ซึ่งข้าพเจ้าต้องการให้ได้ภาพ ออกมาเป็นเกรน จึงใช้ฟิล์มสีความไวแสง 400 แล้ว PUSH ความไวแสงขึ้นเป็น 1600 แล้ว ใช้วิธีเพิ่มเวลาในการล้างช่วยเอา ปรากฏว่าภาพที่ได้มาจะสูญเสียความสทสีลงไป สีจะคล้ำ ขึ้นแต่ก็ไม่มากนัก ซึ่งภาพที่ออกมาได้ก็เกรนเป็นที่น่าพอใจตามต้องการ

สำหรับงานโครงการนี้ก็ได้เสร็จสิ้นลงพร้อมๆกับปัญหาต่างๆหลายด้านที่จะเป็น เครื่องชี้แนะข้อแก้ไขในการทำงานครั้งต่อไป ซึ่งประสบการณ์ต่างๆที่สั่งสมมาทั้ง 4 ปีนี้ย่อมจะ เป็นเครื่องมือช่วยให้อะไรประสบความสำเร็จในโอกาสหน้าด้วยดีแน่นอน

บรรณานุกรม

- สารนิพนธ์ เรื่อง AE กับงานโฆษณา
คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้