

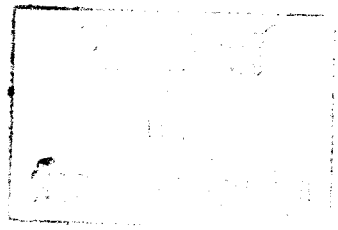
บ. ๖๑๙๘๖๖๖
๖๑๙๘๖๖๖
๑๑๓๐๕๑๑๓



โครงการออกแบบเลขนศิลป์สิ่งพิมพ์
เพื่อการโฆษณาร้านขายชุดชั้นในสตรี "นาอี่ฟ"

โดย

นางสาว ศันสนีย์ ชัยวัฒน์พันธ์



ศิลปนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคามหลักสูตรปริญญาศิลปบัณฑิต
ภาควิชาออกแบบนิเทศศิลป์
คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา ๒๕๓๗

**PRINTING GRAPHICS DESIGN FOR PROMOTION
THE LINGERIES SHOP "NAIVE"**

BY

MISS SANSANEE CHAIWATTANAPAN

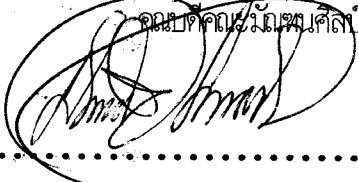
**A THESIS IS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILMENT
OF THE REQUIMENT OF THE DEGREE
BACHELOR OF FINE ARTS
DEPARTMENT OF VISUAL COMMUNICATION DESIGN
SILPAKORN UNIVERSITY**

1994

คณะมนตรีศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้ศิลปินพันธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรศิลปบัณฑิต

.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พงษ์ศักดิ์ อารยางกูร)

คณะมนตรีศิลป์


.....
(อาจารย์บัณฑิต ผดุงวิเชียร)

หัวหน้าภาควิชาออกแบบนิเทศศิลป์

.....


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชัยนันท์ ชะอุ่มงาม)

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปินพันธ์

.....

(อาจารย์สายขวัญ ศิริพงษ์)

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปินพันธ์

คณะกรรมการตรวจและตัดสินศิลปนิพนธ์ประจำภาคปลายปีการศึกษา 2537

- | | |
|---|-------------------|
| 1. อาจารย์บัณฑิต ผดุงวิเชียร | ประธานกรรมการ |
| 2. รองศาสตราจารย์พรณิษฐ์ ฉายปรีชา | กรรมการ |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชัยนันท์ ชะอุ่มงาม | กรรมการ |
| 4. อาจารย์ลาวัณย์ อุปอินทร์ | กรรมการ |
| 5. อาจารย์ธนาทร เจียรกุล | กรรมการ |
| 6. อาจารย์นพดล ยุทธมนตรี | กรรมการ |
| 7. อาจารย์บุญชัย เจริญจิตรกรรม | กรรมการ |
| 8. อาจารย์โชติวัฒน์ ปุณโณปถัมภ์ | กรรมการ |
| 9. อาจารย์สุพจน์ สิงห์สาย | กรรมการ |
| 10. อาจารย์อนุชา โสภาคย์วิจิตร | กรรมการ |
| 11. อาจารย์สายขวัญ ศิริพงษ์ | กรรมการ/เลขานุการ |

คำนำ

การออกแบบเลขศิลป์สิ่งพิมพ์และโฆษณาในปัจจุบัน ได้พัฒนาขึ้นเรื่อย ๆ และเป็นที่สนใจของสาธารณชน โดยเฉพาะในวงการธุรกิจต่าง ๆ สำหรับธุรกิจของสินค้าประเภทชุดชั้นในสตรีนั้นมีมานานแล้ว และมีแนวโน้มว่าจะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ

ดังนั้นการที่จะเปิดตัวร้านค้า หรือ ตัวสินค้า ขึ้นมาสู่ร้าน จึงจำเป็นที่จะต้องหาจุดเด่นที่แตกต่างไปจากสินค้าประเภทเดียวกันที่เคยทำมาก่อน และสร้างเอกลักษณ์ที่เด่นชัดของร้าน เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย

ข้าพเจ้าจึงเลือกทำโครงการเพื่อโฆษณาร้านขายชุดชั้นในสตรี ที่เน้นความทันสมัยและสวยงามของตัวสินค้ามาประกอบกับเทคนิคของการถ่ายภาพแฟชั่น และการทำซิลค์สกรีน และลวดลายในการนำเสนอสีระของผู้แสดงแบบ ซึ่งสินค้าประเภทเดียวกันมักจะนิยมทำกันมาก

ข้าพเจ้าหวังเป็นอย่างยิ่งว่าข้อมูลและแนวทางในการออกแบบที่ได้จะสามารถเป็นประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้าศิลปะการออกแบบ สำหรับผู้ที่สนใจในการทำงานต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

การทำศิลปนิพนธ์ในครั้งนี้ นับเป็นประสบการณ์ที่มีค่าในการเรียนรู้ และการแก้ไขปัญหาคง ๆ ในการศึกษา ทั้งนี้ก็ด้วยความอนุเคราะห์ช่วยเหลือ และให้การแนะนำอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งจากบุคคลหลายท่าน ดังนี้

- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชยันต์ ชะอุ่มงาม และ
อาจารย์สายขวัญ ศิริพงษ์ (อาจารย์ที่ปรึกษา)
- รองศาสตราจารย์พรณิฏา ฉายปรีชา
อาจารย์นพดล ยุทธมนตรี และ
อาจารย์อนุชา โสภากวีจิตร ซึ่งให้ข้อเสนอแนะและคำปรึกษาที่มีประโยชน์
- อาจารย์นิมิตร ศิริปรีชาพงษ์ และพี่ ๆ ที่สตูดิโอ FILM & FLASH
ที่อนุเคราะห์สถานที่และให้คำแนะนำ ช่วยเหลือเป็นอย่างดี
- ร้าน LA PERLA และคุณพรณี คุณประเสริฐ (ร้านพรณี)
ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับร้านขายชุดชั้นในสตรี
- พี่ ๆ และเพื่อน ๆ ที่ช่วยให้คำแนะนำ และช่วยเหลือ

และโครงการศิลปนิพนธ์ของข้าพเจ้าจะสำเร็จลงมิได้ หากข้าพเจ้าขาดกำลังใจและกำลังใจจาก คุณพ่อ และคุณแม่

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	
กิตติกรรมประกาศ	
บทคัดย่อ	
บทที่ 1 บทนำ	1
- ความเป็นมาของโครงการ	1
- วัตถุประสงค์ของโครงการ	1
- ขอบเขตของการศึกษาและจำนวนผลงานการออกแบบ	1
- แผนการดำเนินงาน	2
- ระยะเวลาและขั้นตอนในการทำงาน	2
- ผลที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 เอกสารข้อมูลที่เกี่ยวข้อง	3
- ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการ	4
- หลักในการออกแบบ	11
- การพิมพ์ซิลค์สกรีน	19
บทที่ 3 การดำเนินงาน	31
- ศิลปนิพนธ์ ต.1	32
- ศิลปนิพนธ์ ต.2	41
บทที่ 4 ผลงานภาคออกแบบ	51
บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	66
บรรณานุกรม	

บทคัดย่อ

เนื่องจากข้าพเจ้ามีความสนใจในเรื่องของศิลปะภาพถ่าย โดยเฉพาะภาพถ่ายบุคคลที่เน้นให้เห็นถึงเส้นสายที่สวยงามของร่างกาย (NUDE) ดังนั้นในการเลือกโครงการเพื่อทำศิลปนิพนธ์ในครั้งนี้ ข้าพเจ้าตั้งใจที่จะถ่ายทอดความรู้สึกของผู้หญิง ในอารมณ์ต่าง ๆ ข้าพเจ้าจึงเลือกหัวข้อในการทำศิลปนิพนธ์ โดยเลือกทำโฆษณาร้านขายชุดชั้นในสตรี ซึ่งข้าพเจ้าจะสามารถนำเทคนิคในการถ่ายภาพมาประยุกต์ใช้ได้อย่างที่ต้องการ สำหรับจุดมุ่งหมายในการทำโครงการนี้ คือการทำโฆษณาโดยจะถ่ายทอดอารมณ์ของผู้ที่สวมใส่ชุดชั้นใน และใช้ COPY ที่แสดงให้เห็นเป็นรูปธรรม ซึ่งจะทำให้สามารถเข้าใจได้มากขึ้น ผสมกับเทคนิคการพิมพ์ซิลค์สกรีน ซึ่งจะทำให้ได้ผลงานที่ดูแปลกใหม่ขึ้น

สำหรับร้าน "NAIVE" นั้น เป็นร้านเปิดใหม่ ภาพพจน์ของร้านจึงเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้นรูปแบบในโครงการนี้จึงเน้นในด้านส่งเสริมภาพพจน์ของร้านเป็นหลัก โดยมีสื่อหลักคือ โฆษณาในหน้านิตยสารซึ่งจะสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงที่สุด

สำหรับสิ่งพิมพ์อื่น ๆ ของร้านก็นับเป็นการโฆษณาทางอ้อมอีกอันหนึ่ง ที่จะสร้างความประทับใจให้ลูกค้า เช่น DIRECTMAIL (จดหมายเชิญวันเปิดร้าน), ชุดกระดาษเขียนจดหมาย, ของ, นามบัตร (STATIONERY) บรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ (PACKAGE) เหล่านี้เป็นสิ่งที่ไม่ควรละเลย ดังนั้นในงานศิลปนิพนธ์ของข้าพเจ้าจึงให้ความสำคัญกับสิ่งเหล่านี้ ไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าสิ่งพิมพ์ที่เป็นการโฆษณาโดยตรง เพราะสิ่งพิมพ์ทุกประเภทของร้านจะมีส่วนผลักดันให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกในสินค้าและต้องการจะทดลองใช้ ซึ่งจะทำให้ประสบความสำเร็จในการค้า เช่นกัน และเนื่องจากเป็นร้านเปิดใหม่ ข้าพเจ้าจึงให้ความสำคัญในรูปแบบการตกแต่งร้านด้วย ในโครงการนี้ข้าพเจ้าได้ออกแบบหุ่นสำหรับโชว์สินค้า และนำมาประกอบในการออกแบบหน้าร้าน รวมทั้งยังได้ถ่ายภาพสำหรับตกแต่งในร้านด้วย ซึ่งงานโดยรวมทั้งหมดในโครงการนี้จะถูกออกแบบ เพื่อให้มีความเป็นชุดที่สอดคล้องกัน

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาของโครงการ

ชุดชั้นในสตรีนับว่าเป็นสิ่งที่สำคัญ ไม่ต่างไปจากเสื้อผ้าในชีวิตประจำวันและในช่วยหลายปีที่ผ่านมาได้มีการนำเข้าสู่ชุดชั้นในสตรีจากต่างประเทศ ซึ่งได้รับความนิยมและมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน จึงทำให้มีการเปิดร้านขายสินค้าประเภทนี้เพิ่มมากขึ้น แต่จากการสังเกตจะพบว่ารูปแบบของการโฆษณาร้านขายสินค้าประเภทนี้ยังไม่มีควมน่าสนใจ และพบตามสื่อต่าง ๆ น้อยมาก หรือแทบจะไม่มีเลย ซึ่งเป็นเรื่องที่น่าสนใจศึกษาในการออกแบบและวางแผนสื่อโฆษณาของร้านขายชุดชั้นในสตรี เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของร้านขายชุดชั้นในสตรี ซึ่งมีแนวความคิดที่ว่า "ชุดชั้นในสตรีนับเป็นงานศิลปะบนเรือนร่าง" โดยนำเอารูปแบบของการจัดแสดงงานศิลปะมาประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับแนวความคิดข้างต้น
2. เพื่อนำเสนอแนวทางใหม่ที่เป็นไปได้ในการสร้างงานโฆษณาร้านขายชุดชั้นในสตรี ให้แตกต่างจากที่เคยมีมา
3. เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของร้านขายชุดชั้นในสตรี ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขอบเขตของการศึกษา (ประเภทของผลงาน จำนวน และเทคนิคในการสร้างงาน)

1. ออกแบบสัญลักษณ์ของร้าน, นามบัตร บัตรสมาชิก จำนวน 1 ชุด
2. ออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณาในหน้านิตยสาร (หน้าคู่) ขนาด $17 \times 11 \frac{1}{2}$ จำนวน 3 ชิ้น
3. ออกแบบบัตรเชิญวันเปิดร้าน (DIRECT MAIL) จำนวน 1 ชิ้น
4. ออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับชุดชั้นในสตรี (เป็นถุง 2 ขนาด) จำนวน 2 ชิ้น

5. ออกแบบภาพถ่ายสำหรับตกแต่งร้านขนาด 20×24 นิ้ว จำนวน 3 ชิ้น
6. ออกแบบหุ่นสำหรับแสดงแบบชุดชั้นในสตรี จำนวน 3 แบบ
7. ออกแบบหน้าร้าน (WINDOW DISPLAY) อัตราส่วน 1:20 จำนวน 1 ชิ้น

เทคนิคที่ใช้ : ถ่ายภาพซิลค์สกรีน

เทคนิคผสมสำหรับแบบจำลองหน้าร้าน และหุ่นสำหรับแสดงแบบ

วิธีการศึกษาและขั้นตอนในการดำเนินงาน

1. สัปดาห์ที่ 1-4 รวบรวมข้อมูลและเอกสารที่เกี่ยวข้องทั้งหมดของโครงการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความคิดในการสร้างสรรค์งานและออกแบบร่างเบื้องต้น
2. สัปดาห์ที่ 5-9 จัดทำแบบร่างที่สมบูรณ์ โดยปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของกรรมการตรวจและตัดสินศิลปินพันธ์จากการตรวจครั้งที่ 1
3. สัปดาห์ที่ 10-14 นำเสนอผลงานที่เสร็จสมบูรณ์ จำนวนไม่น้อยกว่าครึ่งหนึ่งของงานทั้งหมดในโครงการ
4. สัปดาห์ที่ 15-18 นำเสนอผลงานที่เสร็จสมบูรณ์ทั้งหมด พร้อมทั้งเอกสารประกอบศิลปินพันธ์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้งานโฆษณาที่มีความโดดเด่นแตกต่างไปจากร้านขายชุดชั้นในสตรี โดยทั่วไป
2. สามารถเจาะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

บทที่ 2

เอกสารข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

NAIVE เป็นร้านขายชุดชั้นในสตรี ที่นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ ที่เน้นที่ความทันสมัยและจุดเด่น คือ ต้องการถ่ายทอดความคิดที่ว่า ชุดชั้นในก็เป็นเหมือนเสื้อผ้าที่สวมใส่ในชีวิตประจำวันที่สามารถบอกลักษณะของผู้ที่สวมใส่ได้ และเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างความมั่นใจให้กับผู้หญิง

สถานที่ตั้ง สยามสแควร์

กลุ่มเป้าหมาย ผู้หญิง อายุ 20 ปีขึ้นไป

สื่อที่ใช้โฆษณา

แผ่นภาพโฆษณาใบนิตยสาร - หน้านิตยสารหน้าคู่ ขนาด 17"×21" เน้นภาพของสินค้า โดยเบรคน้ำหนักของผู้แสดงแบบลง

งานที่ต้องออกแบบเพิ่มเติม

สัญลักษณ์ - ต้องการให้ดูทันสมัย โดยใช้ภาพเหมือนจริง (ของตัวสินค้าคือชุดชั้นใน) มาตัดทอนรูปทรง และประกอบกับ TYPE ของตัวอักษร HEVELTICA ซึ่งนำมาทำให้บางลง และใช้สีเงินและดำเป็นหลัก ซึ่งทำให้เกิดความรู้สึกหรูหราและทันสมัย

หัวข้อกฎหมาย, ขอบกฎหมาย, นามบัตร

- นำสัญลักษณ์มาใช้ และออกแบบให้เรียบง่ายโดยเพิ่มลายลูกไม้เข้าไป เพื่อสื่อถึงตัวสินค้า

- บรรจุภัณฑ์** - ถุงใหญ่ และเล็ก สำหรับใส่สินค้าเมื่อมาซื้อ โดยออกแบบให้เรียบง่าย แต่หรู และคงเป็นชุดเดียวกันกับ ชุดกระดาษเขียนจดหมาย (STATION-CRY)

คู่แข่งสินค้าหน้าร้าน

- มีความกว้างหน้าร้าน 6 เมตร ใช้มาตราส่วน 1:20

หุ่นโชว์

- ขนาดเท่าจริง เนื่องจากต้องการความแปลกใหม่ในงาน จึงหลีกเลี่ยงที่จะใช้หุ่นเต็มตัวแบบที่ใช้กันอยู่โดยทั่วไป จึงนำรูปทรงของหุ่นมาตัดทอน และสร้างสรรค์รูปแบบ ขึ้นมาตาม CONCEPT ของร้าน

ภาพถ่ายประดับร้าน

- ใช้ภาพถ่ายขาวดำ ขนาด 16"×20" มีภาพคล้าย ๆ กับโฆษณาในหน้า นิตยสาร

DIRECTMAIL (บัตรเชิญ)

- ลักษณะของบัตรเชิญด้านในเป็นแผ่นพับ 3 ทบ ใช้เทคนิค ซิลค์สกรีนลงบน กระดาษสีเงิน และของสำหรับใส่บัตรเชิญ ได้นำเอาลักษณะของชุดชั้นใน แบบที่มี เชือกผูกด้านหลังมาเป็นลูกเล่น เพื่อสื่อถึงสินค้าของร้าน

ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจร้านขายชุดชั้นในสตรี โดยเฉพาะ

ข้อมูลจากคู่แข่ง (4 ก.พ.)

ความพิถีพิถันในการแต่งกาย นอกจากจะพิจารณาจากความสนใจต่ออารมณ์ที่สวมใส่ภายนอกแล้ว ควรเพื่อแผ่ไปถึงชุดชั้นในด้วย เพราะที่จริงแล้วชุดชั้นในช่วยลดข้อบกพร่องทางสรีระ ทำให้ผู้สวมใส่เกิดความมั่นใจในบุคลิกของตัวเองยิ่งขึ้น ยิ่งกว่านั้นในปัจจุบันผู้หญิงกล้าที่จะแสดงสัดส่วนให้เห็นเด่นชัด ชุดชั้นในที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นสิ่งช่วยทำให้รูปร่างและสรีระของผู้หญิงดูสมบูรณ์

ภาพใหม่ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันคือการตื่นตัวของผู้หญิงในการเลือกซื้อชุดชั้นใน ดังนั้นการผลิตชุดชั้นในต้องมึองค์ประกอบที่สมบูรณ์ ไม่ว่าจะเป็น ไชน์, คัพ, ไชล์, สีและแบบ เพื่อให้ผู้หญิงสามารถเลือกแยกแยะประโยชน์ใช้สอยให้เหมาะกับสรีระ สังคมและฤดูกาลและการเปลี่ยนแปลงในโอกาสต่าง ๆ

1970 หรือ ปี พ.ศ. 2513 เป็นช่วงที่มีการนำเข้า ชุดชั้นในจากต่างประเทศ

สภาพตลาด

ชุดชั้นในสตรีนั้นหากนับกันทั้งตลาดจะมีมูลค่าเฉลี่ย ๔,๐๐๐ ล้านบาท แต่หากจะซึ่กมั้นที่เฉพาะอันเดอร์แวร์สำหรับสาว เงินสูง เงินถึงอย่างเดี่ยวเพียว ๆ เห็นจะไม่หนีหลักร้อยล้านเป็นแน่ทั้งที่กลุ่มผู้ใช้เป็นกลุ่มเล็ก ๆ อายุเฉลี่ยแล้วประมาณ 25-45 ปี มีไม่มากนัก ด้วยเหตุที่สนนราคาของบราแต่ละชิ้น หรือกางเกงในแต่ละตัวค่อนข้างคู้ด้นคือเกินพันขึ้นไปอย่างต่ำสุดขาดไม่กี่สิบบาทก็ครบพัน

จากสภาพตลาดอันเดอร์แวร์บ้านเราที่ขายอยู่ตามห้างสรรพสินค้าส่วนมากเป็นสินค้าที่ผลิตในนี้ ถึงแม้ว่าสตูดิโอหรือโครงสร้างรวมทั้งแบรนด์เนมจะเป็นของนอกอย่างกิลาโรซหรือ วาริองซ์ ก็ตามแต่รูปแบบของแพชั่นจะค่อนข้างล่าช้า หรือเป็นไปตามความต้องการของผู้ซื้อบ้านเรารวมทั้งความรู้สึกขณะสวมใส่ที่ให้ความโออ้อมกระชับสู้ของนอกไม่ได้ จึงทำ

ให้ผู้บริโภคสตรีมีสตางค์และชอบช้อปปิ้งในแฟชั่นต้องบินลัดฟ้าไปยังต่างประเทศ เพื่อซื้อหา
สิ่งที่ตนต้องการ

ดังนั้นหลายฝ่ายที่เห็นช่องว่างดังกล่าวจึงไปค้นหาแบรนด์ดัง ๆ มาจากต่าง
ประเทศ และที่สำคัญมีความเป็นแฟชั่น ประเภทที่สายเล็ก ๆ สามารถใส่กับเสื้อกลางคืน ที่
โป๊หลัง ชู้ตชั้นในที่ใส่แล้วไม่เห็นรอย หรือ เสื้อประเภทที่สามารถใส่เป็น OUTER WEAR
ได้อย่างเซ็กซี่ ไมเคิล หรือ ลาเพลลา รวมทั้งค่ายจัสपालที่ขนเอาแบรนด์จากต่างประเทศ
เพื่อเป็นการสนองต่อความต้องการดังกล่าวกันให้เพียงแม้ว่าอวลลุ่มจะน้อย แต่มาร์จิ้นไม่
น้อยเลย ประกอบกับอัตราการเติบโตอยู่ในเกณฑ์ดี

คุณปาริสา จาตนิลพันธุ์ PRODUCT MANAGER กล่าวว่า "อัตราการเติบโต
เหมือนกัน เพราะจะมีกลุ่มลูกค้าที่ชอบความสวยงามเกี่ยวกับเรื่องพวกนี้ เวลาเขาบินไปก็
จะซื้อกลับมา เมื่อเขาเห็นว่ามีของอยู่ที่นี้ ราคาอาจจะแพงกว่าต่างประเทศ 5 เปอร์เซ็นต์
โดยที่ไม่ต้องบินไปซื้อและเสียเวลาหลาย ๆ วัน เขาก็จะมา ปกติลูกค้าที่เข้ามาที่ร้านจะเคย
ใช้แบรนด์เหล่านั้นอยู่ก่อนแล้ว"

ไม่ขายตามห้าง แต่เปิดซ็อบ

การนำชู้ตชั้นในสตรีระดับนี้มาขายในบ้านเรานั้น เท่าที่ผ่านพบทั้งหมดจะขาย
ผ่านซ็อบของตนเองมิใช่วางขายผ่าน คาร์เนเตอร์ เซลตามห้างสรรพสินค้าอย่างชู้ตชั้นในทั่วไป
อย่างค่ายจัสपाल เปิด THE LINGERIE SHOP ชั้นที่ชั้น 2 ไทม์สแควร์ ลาเพลลา เปิดร้าน
ชื่อเดียวกับชื่อแบรนด์ที่เพนนินซูล่าวรรณ วังวโรดม เปิด LINGERIE OF HOLLYWOOD
ที่สยามสแควร์ ซอย 11

แหล่งข่าวในวงการให้ทัศนะว่าถึงแม้การเปิดซ็อบจะลงทุนมากและบางครั้งไม่
แน่ใจว่าผลที่ได้รับจะคุ้มกันหรือไม่ก็ตาม ทว่าเมื่อเทียบกับการวางที่ห้างฯ ถึงแม้ต้นทุนจะ
ต่ำแต่คนที่เดินตามห้างจะไม่ซื้อของแพง

จั๊สपालขอร่วมวงขายความหลากหลาย

รูปแบบการขายชุดชั้นในสตรีส่วนใหญ่จะเป็นการเปิดร้านขายเฉพาะแบรนด์ของตนเองอย่างเดี่ยวเท่านั้น อย่างเช่นทีไมเคิล หรือ ลาเพลลา ซึ่งทั้ง 2 เจ้าต่างอยู่กันได้โดยไม่เคียดแค้นอะไร เพราะเข้ามานานและมีกลุ่มลูกค้าประจำอยู่แล้วอีกทั้งมีแบรนด์อแวร์เนลในตลาดอยู่พอสมควรสำหรับทางค่ายจั๊สपाल เมื่อจะขอเข้ามาเอี่ยวในตลาดบ้าง จึงต้องสร้างข้อได้เปรียบและความแปลกใหม่ ด้วยการอิมพอร์ตชุดชั้นในจากต่างประเทศเข้ามาหลายแบรนด์ด้วยกัน อาทิ Chantal Thomass . BOLERO . lejaby cacharel WARNERS ริชเมล และรินซ์ ซึ่งนอกจากจะหลายแบรนด์แล้ว ยังหลากหลายราคาและมากแมทที่เรียลให้เลือกซั้ยังแถมพกด้วยการโฆษณาตามนิตยสารต่าง ๆ รวมถึงการถ่ายแบบชุดชั้นใน นัยว่าเป็นการแนะนำคุณภาพและรายละเอียดของสินค้า

สำหรับการสร้างความหลากหลาย ซึ่งเป็นกลยุทธ์หลักที่ทางค่ายจั๊สपालนำมาใช้นอกจากในเรื่องของแบรนด์ที่แตกต่างอย่างเห็นกันจะ ๆ อยู่แล้ว ในเรื่องของราคาได้วางเอาโดยให้ Chantal Thomass ริชเมล และ รินซ์ อยู่ในระดับเดียวกัน คือราคาตั้งแต่ 2,200 บาท ส่วนราคากางเกงในอยู่ระหว่าง 2,000 กว่า ๆ ในระดับรองลงมามี BOLEBO lejaby และ คาซารเอล อยู่ในระดับเดียวกัน คือราคาของเสื้อประกอบตัวตักตัวละประมาณ 1,800-1,900 บาท กางเกงในประมาณ 1,100-1,300 บาท ในระดับต่ำที่สุดเป็น WARNERS ขายอยู่ที่ 990 บาท ไปจนถึง 1,100 บาท ซึ่งสิ่งที่แยกให้ราคาแตกต่างกันก็คือวัสดุและดีไซน์คือหากราคาแพงก็ใช้ลูกไม้สวยงามหลายละเอียดมาก เนื้อผ้าเป็น cotton 100% ถ้าย่อมเยาในเรื่องราคาอย่าง วอร์เนอร์ ก็ใช้วัสดุเป็นพวกโพลีเอสเตอร์ แต่สำหรับผู้บริโภคบ้านเรา คุณธอนิยมแบบผ้าคอตตอนมากกว่า เนื่องจากเหมาะกับสภาพอากาศถึงจะแพงกว่าก็ตามที

lingerie สยามๆ ใช้ก็มีใครสร้างชื่อ

ทางด้านร้าน Lingerie of Hollywood ซึ่งเป็นร้านของคาราดังอย่าง คุณวรวรรณ วัฑวโรตม ที่ได้เปิดขายเมื่อวาเลนไทน์ปีที่แล้วบริเวณสยามสแควร์ ซอย 11 ก็เป็นอีกร้านที่อิมพอร์ตชุดชั้นในมาจากอเมริกา แต่ร้านนี้ราคาเฉลี่ยส่วนใหญ่จะย่อมเยากว่าชื่อบออื่น ๆ คือมีราคาตั้งแต่ไม่กี่ร้อยจนกระทั่งขึ้นหลักสองพันและมีแบรนด์ของสินค้าให้เลือกค่อนข้างมาก อย่าง วิกตอเรีย ซีเคร็ท ฯลฯ เรียกว่าขายความหลากหลายหลากของแบรนด์แฉก เช่นเดียวกับค่ายจัสมอล แต่ร้านนี้มาแปลกกว่าตรงที่นำชุดชั้นในที่สามารถกินได้มาสร้างจุดเด่นให้กับร้าน

คุณวรวรรณ กล่าวว่า "เรานำเข้ามาเพื่อเป็นสีสันของ ร้าน คือเราจะทำเพื่อให้ของของเราขายได้หรือให้คนรู้จักเรามาก ๆ"

ซึ่งชุดชั้นในกินได้ดังกล่าวมีทั้งของคุณผู้หญิงและของคุณผู้ชาย โดยจำหน่ายในราคาตัวละ 300 กว่าบาทเท่านั้น โดยชุดชั้นในดังกล่าวทำมาจากแป้ง น้ำตาล และเยลลี่ ส่วนจะใส่ก่อนกินหรือกินก่อนใส่ก็ได้แล้วแต่รสนิยมของใครแต่ที่แน่ ๆ ก็คือของพวกนี้ส่วนใหญ่ซื้อเพื่อเป็นของขวัญมากกว่า

เมื่อมองการเติบโตในตลาดชุดชั้นในสตรีในระดับสูงจะเห็นว่าแนวโน้มดีเห็นได้จากการโฆษณาที่เริ่มจะมีบ้างถึงแม้จะประปรายก็ตามที แต่การแข่งขันเป็นแบบต่างฝ่ายต่างทำตลาดเนื่องจากผู้บริโภคในกลุ่มระดับบนจะมีแบรนด์ลอสต์ตี้ค่อนข้างสูง ส่วนจะปั่นใจไปชอบแบรนด์อื่นบ้างก็คงต้องมองเรื่องรูปแบบการดีไซน์เป็นสำคัญตั้งแต่นั้นแต่ละค่าย จึงเน้นในเรื่องของแพชั่น เบรียว หวีอหาว เรียกว่าต้องให้เตะตาผู้บริโภครายใหม่ ๆ ที่ไม่เคยใช้แบรนด์นี้เป็นอันดับแรก ฉะนั้นจึงอาจไม่แปลกที่จะเห็นผู้บริโภคเดินตาช้อออกมาจากร้านแต่อย่างไรก็ตามแนวโน้มการแข่งขันดูว่าจะมาแรงกว่าที่ผ่านมาเมื่อค่ายจอมทุ่ม อย่างจัสมอลมีโครงการเปิด Lingerie shop อีกแห่งแล้วที่นี้เจ้าต่าง ๆ ในตลาดคงจะเริ่มออกแอกทิวิตีกันบ้างสักครา

การออกแบบเลขศิลป์ (GRAPHIC DESIGN)

การออกแบบเลขศิลป์ เป็นการออกแบบบนพื้นย่อ 2 มิติ เพื่อเป็นสื่อกลาง สำหรับถ่ายทอดข้อความ ข่าวสาร, ความรู้สึกนึกคิด และอารมณ์จากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคล หนึ่งให้เข้าใจกันรู้เรื่อง โดยใช้ประสาทตาเป็นส่วนใหญ่

การออกแบบเลขศิลป์ต่อเนื่อง (GRAPHIC DESIGN IN CORPORATED IDENTITIES)

การทำงานในรูปแบบของบริษัท หรือ การทำอุตสาหกรรม นั้นต้องอาศัยสื่ออย่าง หนึ่งเพื่อที่จะให้ประชาชนหรือคนทั่วไปได้รู้จักกิจการดีขึ้น หรือสามารถจำชื่อบริษัท, ผลิตภัณฑ์ นั้นได้สื่อที่ว่าเป็นคือ สัญลักษณ์ (SYMBOL) หรือเครื่องหมายการค้า (TRADEMARK) ซึ่งจะ ใช้เป็นตัวแทนของกิจกรรมนั้น ๆ และเพื่อให้กิจกรรมด้านต่าง ๆ ของบริษัทปรากฏเอกลักษณ์ เดียวกัน จึงต้องมีการออกแบบเลขศิลป์ต่อเนื่องสำหรับกิจกรรมนั้น ๆ โดยเริ่มจากการ ออกแบบสัญลักษณ์ที่เหมาะสมเสียก่อน แล้วจึงนำสัญลักษณ์นั้นไปใช้กับสิ่งอื่น ๆ ที่จะเชื่อมโยง กิจกรรมทุกอย่างของบริษัทนั้นให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันไม่ว่าจะเป็นด้านโฆษณาหรือการผลิต ออกจำหน่าย

การออกแบบเลขศิลป์ต่อเนื่องจะต้องคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ ต่อไปนี้

1. จุดมุ่งหมายของบริษัทต้องการแสดงออกในลักษณะใด
2. การประสานกันเพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างชัดเจน
3. เครื่องมือที่ใช้เป็นสื่อสร้างความเข้าใจ
4. ความเหมาะสมในด้านอื่น ๆ เช่นเมื่อเป็นบริษัทระหว่างประเทศควร จะมีลักษณะเลขศิลป์ต่อเนื่องอย่างเดียวกันทุกที่หรือไม่ หรือควรมีลักษณะ ต่างกันไป
5. การจัดระบบ CORPORATED IDENTITIES ของบริษัทอาจเปลี่ยนแปลง ได้ตามทัศนะทางสังคมและตลาดการค้า

6. ควรมีการเลือกจาก CORPORATED ต่าง ๆ ว่าคำใดจะเกิดประโยชน์ ต่อบริษัทมากที่สุดแล้วจึงออกแบบเลขคณิตต่อไปเนื่องทางคำนั้นอย่างเด่นชัด

การออกแบบสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายการค้า

จุดแรกเริ่มสำหรับการออกแบบเลขคณิตเพื่อกิจกรรมต่าง ๆ ก็คือ การออกแบบสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายการค้าที่เหมาะสม แล้วจึงนำเอาสัญลักษณ์นี้ไปใช้กับกิจกรรมอื่น ๆ ที่ตามมาทีหลัง

สัญลักษณ์แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. สัญลักษณ์ที่เป็นตัวแทนของผลิตภัณฑ์ ที่เป็นเครื่องหมายของสิ่งหนึ่ง สิ่งใด โดยเฉพาะซึ่งแบ่งเป็น
 - 1.1 นำมาจากชื่อ หรือ ชื่อย่อของกิจการ
 - 1.2 นำมาจากรูปของสิ่งของ หรือผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับมาดัดแปลง เป็นสัญลักษณ์
 - 1.3 นำทั้งชื่อ, ชื่อย่อ และรูปผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับกิจการมาประกอบกัน เป็นสัญลักษณ์
2. สัญลักษณ์ที่ไม่เป็นตัวแทนของผลิตภัณฑ์ จะเป็นสัญลักษณ์ที่ออกแบบขึ้นมาจากความคิดแบบนามธรรม แต่รูปแบบที่แสดงออกจะมีความสัมพันธ์กับลักษณะกิจกรรมผลิตภัณฑ์ อองศ์การ หรือบริษัทการค้าอุตสาหกรรมนั้น ๆ ในทางอ้อม เช่น สัญลักษณ์ของธนาคาร เป็นต้น ซึ่งออกแบบให้แสดงออกถึงความมั่นคง ความน่าเชื่อถือหรือแสดงความร่วมมือร่วมใจกัน

หลักการออกแบบสัญลักษณ์

1. เหมาะสมทุกยุคสมัย ตามลักษณะของการใช้งาน
2. มีลักษณะที่ส่งความทรงจำให้ผู้พบเห็น เข้าใจง่ายและจดจำได้เร็ว

3. นำไปใช้ประโยชน์ได้หลายประการ เมื่อมีการนำไปย่อหรือขยายเพื่อใช้ในกิจการทุกอย่างจะเหมาะสมกับสื่อที่ใช้
4. การค้นหา ELEMENT มาประกอบเป็นรูปร่างของสัญลักษณ์ ควรหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่เป็น แพ้ขึ้นหรือสิ่งที่เกี่ยวกับวิทยาการที่จะเจริญก้าวหน้าไปตามกาลเวลา
5. รูปแบบของสัญลักษณ์จะต้องหลีกเลี่ยงกับปัญหาในการเข้าใจผิดเมื่อมองกลับหัวกลับหาง
6. แสดงออกสัญลักษณ์ของกิจกรรมนั้น ๆ ให้เกิดความรู้สึกรู้สึกน่าเชื่อถือไว้ใจได้
7. มีลักษณะแตกต่างจากสัญลักษณ์ของผู้อื่นอย่างเด่นชัด

การโฆษณาในนิตยสาร

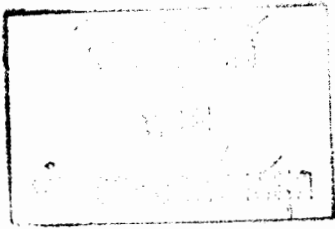
นิตยสาร คือ สิ่งพิมพ์ที่เป็นรูปเล่มมีความแข็งแรง กระดาษดี สวยงาม พิถีพิถัน ในการจัดทำ เก็บรักษาได้ยาวนานกว่าหนังสือพิมพ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนิตยสารแต่ละประเภทจะมีผู้อ่านเป็นของตนเอง เช่น นิตยสารกีฬา ผู้อ่านส่วนใหญ่จะเป็นผู้ชายที่สนใจใน กีฬา นิตยสารส่วนใหญ่จะมีการพิมพ์ที่มีคุณภาพสูงสำหรับโฆษณาใช้กระดาษอย่างดี และการ พิมพ์จะชัดด้วยสีสัน ลักษณะดีของนิตยสาร คือ บรรยายากาศ ซึ่งสร้างโดยนิตยสารภาพโฆษณา จะได้รับความสนใจเป็นพิเศษ ผู้อ่านมีเวลาว่างในการอ่านและอาจต้องอ่านซ้ำ คือ ผู้อ่าน มักอ่านใน เวลาว่างจึงมีโอกาสนเลือกสินค้าได้อย่างเพลิดเพลิน

การลงโฆษณาในนิตยสารสามารถลงได้ตั้งแต่ปกหน้า เรื่อยไปจนกระทั่งปกหลัง สำหรับการลงโฆษณาปกหน้านั้น อัตราจะแพงเป็นพิเศษ เพราะเป็นตำแหน่งที่ดีที่สุดที่จะเรียก ความสนใจจากผู้อ่าน การเลือกใช้โฆษณาในนิตยสารควรพิจารณาว่า นิตยสารสามารถเข้า ถึงผู้อ่านที่มีลักษณะเป็นกลุ่มเป้าหมายว่าจะเป็นผู้ซื้อสินค้าได้มากที่สุด ว่านิยมอ่านนิตยสาร ประเภทไหน ประเภทของนิตยสารที่สำคัญ ๆ มีดังนี้

1. นิตยสารสำหรับผู้บริโภค เนื้อหาสาระมุ่งเข้าถึงคนทั่วไปมากกว่ากลุ่มใดกลุ่ม หนึ่ง เนื้อหาสาระมีทั้งให้ความบันเทิงและข่าวสาร เช่น พ้าเมืองไทย ไกล่หมอ
2. นิตยสารสำหรับผู้หญิง นิตยสารประเภทนี้มีจำนวนมากและยังสามารถแยก ประเภทย่อย ๆ ได้อีกมากมายตามเนื้อหาเฉพาะด้านที่นิตยสารนั้น ๆ จัดทำ เช่น สตรีสาร สกุลไทย ลลนา
3. นิตยสารธุรกิจ รวมถึงนิตยสารที่จัดทำขึ้นเพื่อกลุ่มที่มีความสนใจด้านในด้าน หนึ่งอย่างแท้จริง เช่น นิตยสารด้านการเกษตร นิตยสารที่สมาคมวิชาชีพต่าง ๆ จัดทำขึ้น

ขนาดของนิตยสาร

ขนาดของนิตยสารมักจะสัมพันธ์กับขนาดของกระดาษพิมพ์ มีอยู่ 4 ขนาดด้วยกัน



มศ.
1/01
2537
005

15

1. ขนาด 32 หน้ายก คือประมาณ 4.5"×6" เมื่อเย็บเล่มหรือตัดริมแล้ว อาจเหลือขนาดเล็กกว่านี้เล็กน้อย ไม่ค่อยนิยมมากนักเพราะมีขนาดเล็ก
2. ขนาด 16 หน้ายก คือ 6"× 9" อาจเล็กกว่านี้เมื่อเป็นเล่มแล้ว นิตยสารขนาดนี้มีมาก มักมีจำนวนหน้ามาก
3. ขนาด 8 หน้ายก คือประมาณ 8.5"× 11" อาจเล็กกว่านี้ นิตยสารขนาดนี้เป็นที่นิยมอย่างมากในหมู่ผู้อ่านและผู้พิมพ์ สะดวกแก่การพิมพ์ การหยีนฉวย
4. ขนาด 4 หน้ายก เป็นนิตยสารขนาดใหญ่ประมาณ 10.5"× 13" หรือ 11"× 13" มักเป็นนิตยสารภาพ

องค์ประกอบของโฆษณาในนิตยสาร

1. พาดหัว (HEADLING)
2. ภาพประกอบ (ILLUSTRATION)
3. ข้อความ (COPY)
4. ชื่อสินค้า (BRANDNAME)
5. จุดเด่นของสินค้า (UNIQUE SELLING POINT (U.S.P.))

สำหรับโฆษณาบางประเภท อาจมีไม่ครบองค์ประกอบก็ได้ เช่น สินค้าที่เป็นที่รู้จักดีของลูกค้าแล้วติดตลาดแล้ว ก็ไม่จำเป็นต้องมีรายละเอียดมากนัก อย่างโฆษณาโชตาตราสิงห์ จะมีแต่ภาพข้อความพาดหัว หรือชื่อสินค้าเท่านั้น สินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป มักมีแต่ภาพ ที่อยู่ของร้านเท่านั้นไม่มีข้อความประกอบมากนัก เพราะภาพสามารถสื่อถึงลักษณะของสินค้าได้

ข้อดีของโฆษณาในนิตยสาร

1. ผู้โฆษณาสามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการให้โฆษณาไปถึงได้
2. สามารถแสดงสีสรรของสินค้า และข้อความได้ดีสวยงามและใช้กระดาษ

ดีกว่าหนังสือพิมพ์

3. ให้รายละเอียดได้มากกว่าสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ให้นำสนใจกว่า
4. ระยะเวลาการอ่านนิตยสารยาวนานกว่าการอ่านหนังสือพิมพ์ สามารถเก็บไว้อ่านได้หลายครั้ง
5. นิตยสารบางเล่มมี IMAGE ที่ดี ทำให้สินค้าที่ลงมีที่ตีไปด้วย
6. สามารถออกแบบให้สวยงามได้เต็มที่

ข้อเสียของโฆษณาในนิตยสาร

1. เวลาที่จำหน่ายค่อนข้างล่าช้า
 2. ค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง
 3. จำนวนผู้อ่านมีค่อนข้างน้อย เพราะขึ้นอยู่กับประเภทของนิตยสาร
- นิตยสารมีกำหนดออกเป็น รายสัปดาห์ รายเดือน รายปี ราย 2 เดือน

ที่นิยมกัน

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (PACKAGING DESIGN)

การบรรจุภัณฑ์คืออะไร

การบรรจุภัณฑ์ คือกิจกรรมทั้งหมดเกี่ยวข้องในการออกแบบและผลิตรูปร่างหน้าตาของภาชนะ หรือสิ่งห่อหุ้มตัวผลิตภัณฑ์

สิ่งบรรจุภัณฑ์ (PACKAGE) จัดเป็น 3 ประเภท และบวกถึง 1 คือ

1. บรรจุเบื้องต้น (PRIMARY PACKAGE) คือภาชนะบรรจุตัวผลิตภัณฑ์
2. บรรจุรอง (SECONDARY PACKAGE) คือชิ้นส่วน (วัสดุ) รองรับเพิ่มเติมไว้ป้องกันภาชนะหลัก
3. บรรจุส่ง (SHIPPING PACKAGE) หมายถึงการแจ้งประเภทและขนาดสินค้าเก็บคลังสินค้า และส่งสินค้า

บวกอีก 1 สลาก (LABELLING) เป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยการบรรจุภัณฑ์แจ้งข้อมูลไว้บนภาชนะอธิบายผลิตภัณฑ์

วัตถุประสงค์ในการสร้างบรรจุภัณฑ์

1. เพื่อป้องกันรักษาสินค้าให้อยู่ในสภาพที่ดี ตั้งแต่สินค้าถูกผลิตจนถึงเวลาที่สินค้าถูกนำออกใช้งาน
2. สินค้าที่อยู่ในบรรจุภัณฑ์ที่เรียบร้อย สวยงาม มีเครื่องหมายการค้าของผู้ผลิต กระทบอยู่ยอมทำให้ผู้ซื้อมั่นใจว่าจะได้สินค้าที่ดีมีมาตรฐาน
3. เป็นสื่อโฆษณา ณ จุดขาย บรรจุภัณฑ์ที่สุดสุดท้ายยอมสามารถจูงใจผู้บริโภคได้ดี
4. เป็นตัวบอกข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า เช่น สรรพคุณ วิธีใช้ ราคา เป็นต้น

องค์ประกอบในการออกแบบทึบห่อ (บรรจุภัณฑ์)

1. วัสดุ (MATERIAL) วัสดุที่บรรจุจะอยู่ในทึบห่อ แต่ละประเภทย่อมแตกต่างกันซึ่งทำให้การออกแบบต่างกันไปด้วย วัสดุที่นำมาใช้เป็นทึบห่อของสินค้าจะต้องเลือกให้ถูกกับประเภทของสินค้า
2. เทคนิคและวิธีการ (TECHNIQUES) เทคนิคในการบรรจุทึบห่อ การพิมพ์ทึบห่อ และการพับกระดาษต้องขึ้นอยู่กับผู้ออกแบบ ซึ่งมีความรู้และประสบการณ์ด้านนี้ดีพอสมควร
3. รูปร่างของทึบห่อ (FORM) ประเภทของสินค้าจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบของทึบห่อและการบรรจุทึบห่อด้วย เช่น แปะผงโรยตัว ไม่สามารถใช้ขวดรูปสามเหลี่ยมปลายบนเรียวแหลม เพราะไม่สะดวกต่อการจับถือในขณะใช้ จึงมักบรรจุในกระป๋องสี่เหลี่ยมหรือทรงกระบอก หรือถ้าเป็นเครื่องเวชภัณฑ์ก็ควรมีขนาดพอที่จะวางในตู้ยาได้อย่างสะดวก
4. ความสะดวกในการใช้ การออกแบบทึบห่อจะต้องคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้
 - เบิด, ปิดง่าย และรักษาส่วนที่หลีกเลี่ยงไว้ในสภาพที่ดีไม่ต้องหาภาชนะมาถ่ายอีก
 - ทึบห่อควรจะใช้ประโยชน์อย่างอื่นเมื่อสินค้าถูกใช้หมดแล้ว มีผู้ซื้อสินค้าบางคนซื้อเพราะอยากได้ภาชนะบรรจุสินค้า

ทึบห่อที่ดีควรผลิตได้ในราคาไม่แพงนัก รวมทั้งเสียค่าใช้จ่ายในการบรรจุการปิดฉลาก การผลิตทึบห่อ การเก็บและการขนส่ง ไม่สูงนัก ทึบห่อที่มีรูปร่างแปลก ๆ อาจจะได้ประโยชน์ในด้านความสะดวก แต่อาจจะยากในการบรรจุหรือปิดฉลากซึ่งจำเป็นต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในด้านนี้ด้วย

การพิมพ์ซิลค์สกรีน

การพิมพ์ภาพวิธีนี้ รูปภาพที่ต้องการจะพิมพ์จะต้องฉลุให้ทะลุออกไปจากแผ่นแม่พิมพ์ แล้วใช้สีพิมพ์ หรือใช้ลูกประคบแต่ละสีลงในช่องว่างที่ฉลุออกไป สีจะติดเป็นรูปภาพบนกระดาษซึ่งวางอยู่ข้างใต้แผ่นแม่พิมพ์นั้น ต่อมาได้มีการพัฒนามาเป็นกรรมวิธีการพิมพ์ด้วยแม่พิมพ์ผ้าไหม ซึ่งเรียกเป็นภาษาอังกฤษว่า ซิลค์สกรีน (SILKSCREEN) หรือ เซริกกราฟิค (SERIGRAPHY) ก็ได้

การทำแม่พิมพ์ผ้าไหมเราไม่ต้องแกะหรือกัดกรดแม่พิมพ์ อย่างการทำแม่พิมพ์ไม้หรือโลหะเลย หลักการเบื้องต้นของการทำแม่พิมพ์ผ้าไหมก็คือ ใช้ฟุ้งกันจุ่มสีระบายผ้าไหม เพื่อให้ปิดทับเป็นหน้ากาก สีจะผ่านผ้าไหมลงไปติดเป็นรูปภาพบนกระดาษข้างใต้ได้ก็ เฉพาะส่วนของผ้าไหมที่เว้นช่องว่างไว้ เอาไว้เท่านั้น บนผิวหน้าผ้าไหมกรอบเดียวกัน เราสามารถปิดทับเป็นหน้ากากเพื่อพิมพ์สีหนึ่ง แล้วนำมาปิดทับเพิ่มอีก เพื่อพิมพ์อีกสีหนึ่งเป็นขั้นตอนตามลำดับอย่างนี้ไปได้เรื่อย ๆ จนกว่าจะได้สีต่าง ๆ ครบเป็นรูปภาพที่ต้องการ และทำการผสมสีกันเองได้โดยการพิมพ์สีหนึ่งทับบนอีกสีหนึ่ง เช่น การพิมพ์สีน้ำเงินทับบนสีเหลือง ก็จะได้เป็นสีเขียว เป็นต้น

ผ้าไหมที่ใช้ทำแม่พิมพ์เป็นผ้าไหมเนื้อละเอียดพอประมาณ ส่วนการปิดทับเป็นหน้ากากบนผ้าไหมนั้นจะใช้กระดาษปิด หรือจะใช้แลคเกอร์ระบายบนผ้าไหมก็ได้ ถ้าสีที่พิมพ์นั้นไม่ซีดจางไปกับแลคเกอร์ แล้วใช้แปรงจุ่มสีระบายลงบนผ้าไหมให้ชุ่ม ๆ ระบายให้ตลอดทั่วพื้นที่ซึ่งเปิดช่องว่างเอาไว้ ภาพก็จะติดบนกระดาษข้างใต้ได้ เครื่องมือที่นิยมใช้ในการพิมพ์ ได้แก่ ยางรีดหมึกพิมพ์ (SQUEEGEE) ส่วนการใช้แปรงหรือฟู่กัน มีใช้กันแต่ในสมัยโบราณเท่านั้น

การพิมพ์ด้วยแม่พิมพ์ผ้าไหม ได้ถือกำเนิดด้วยเป้าหมายเพื่อใช้ในงานการค้า และมีการพัฒนาทางเทคนิคเพื่อเป้าหมายในการค้าตลอดมา แต่ถึงอย่างไรก็ตามเมื่อไม่กี่สิบปีมานี้ ประเทศอเมริกาก็เป็นประเทศแรกๆ เริ่มพัฒนาเทคนิคการพิมพ์แบบนี้เป็นการใหญ่ ศิลปิน

ชาวอเมริกันได้ใช้เทคนิคแม่พิมพ์ผ้าไหมสร้างเป็นงานศิลปกรรม เช่นเดียวกับที่เคยใช้เทคนิคแม่พิมพ์ไม้หรือแม่พิมพ์หินกันมา และภาพพิมพ์ผ้าไหมก็พิมพ์ได้จำนวนมากมายิ่งกว่าภาพพิมพ์ไม้หรือภาพพิมพ์หินมากนัก จึงสามารถจำหน่ายแก่สาธารณชนได้ในราคาต่ำกว่าภาพพิมพ์เทคนิคอื่น ๆ ทั้ง ๆ ที่มีฐานะเป็นศิลปกรรมต้นแบบแท้จริงทุกภาพ เหมือนกับงานภาพพิมพ์ไม้หรือภาพพิมพ์หินด้วย

ข้อได้เปรียบประการหนึ่งของการพิมพ์ เทคนิคนี้ก็คือศิลปินไม่ต้องทำงานหนักมากนัก เป็นกรรมวิธีที่ง่าย เช่น เมื่อมีข้อผิดพลาดบางอย่างเกิดขึ้นก็สามารถแก้ไขได้ง่าย โดยการบิดช่องว่างบนผ้าไหมเสียใหม่ หรือใช้แลคเกอร์ระบายปิดซ่อมให้แน่นสนิทก่อนที่จะพิมพ์อีกก็เป็นอันเสร็จ และยังสามารพิมพ์ให้ได้ลักษณะต่าง ๆ กันหลายแบบด้วยยิ่งไปกว่านั้น กรรมวิธีการพิมพ์ด้วยแม่พิมพ์ผ้าไหมก็ไม่ต้องอาศัยเครื่องจักรกลให้ยุ่งยากดังการพิมพ์เทคนิคอื่น เช่น การพิมพ์หิน และการพิมพ์โลหะ ด้วยเหตุนี้เอง การพิมพ์ด้วยแม่พิมพ์ผ้าไหม จึงเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลายในหมู่ศิลปิน ไม่เฉพาะแต่ศิลปินชาวอเมริกันเท่านั้น ต่อมาศิลปินชาวยุโรป ก็นิยมสร้างเป็นงานศิลปกรรมกันมาก และในปัจจุบันนี้ก็ได้รับความนิยมแพร่หลายในหมู่ศิลปินและผู้ที่มีความสนใจศิลปกรรมทั่วไปทุกมุมโลกเลยทีเดียว

เราสามารถทำแม่พิมพ์แผ่นฉลุ ด้วยวิธีการถ่ายภาพก็ได้เหมือนกัน การทำแม่พิมพ์วิธีนี้ก็คือ วางฟิล์มถ่ายภาพหน้าหนักตามจริงบนแม่พิมพ์แผ่นฉลุที่หากาวไวแสงแล้วโดยทั้งหมดแนบสนิทกัน เป็นสัญญาณภายในกรอบบังคับ แสงที่ส่องผ่านส่วนที่โปร่งใสของฟิล์มลงไปจะทำให้กาวที่อยู่ข้างล่างแข็งตัว แต่ข้างล่างของฟิล์มส่วนที่มีดึกที่นั้น กาวยังคงนิ่มอยู่ เมื่อนำแม่พิมพ์แผ่นนี้ไปแช่ในน้ำอุ่น กาวที่ยังนิ่มก็จะถูกล้างละลายออกไปหมดกลายเป็นภาพแผ่นฉลุบนแม่พิมพ์ผ้าตะแกรงอย่างเดียวกันกับการทำแผ่นฉลุวิธีอื่นนั่นเอง

การพิมพ์เทคนิคตะแกรงไหม เริ่มด้วยการติดบานพับที่กรอบไม้ (ที่เย็บติดผ้าตะแกรง) เข้ากับแผ่นไม้กระดานที่มีเนื้อที่กว้างกว่ากรอบไม้นั้น เล็กน้อย แล้ววางกระดาษพิมพ์ลงไปบนแผ่นกระดาษนั้น โดยมีพิมพ์ผ้าตะแกรงวางทับบนอีกทีหนึ่ง ความเข้มเหลืองของหมึกพิมพ์เป็นสิ่งสำคัญมาก คือจะต้องให้หมึกเหลืองพอที่จะผ่านไปบนผ้าตะแกรงได้สะดวก แต่จะ

ต้องไม่ให้หมึกเหลวมากเกินไป เพราะจะทำให้สีน้ำได้ อุปกรณ์ที่ใช้พิมพ์ ได้แก่ รางปาดหมึกซึ่งเป็นแผงยางเส้นยาว สวมสันข้างหนึ่งไว้ในตัวพิมพ์ รางปาดหมึกนี้มักมีหน้ากว้างเท่ากับแม่พิมพ์ผ้าตะแกรง วิธีการใช้พิมพ์ก็คือเอาวางปาดหมึกกดหมึกพิมพ์แล้วปาดผ่านไปบนผิวหน้าผ้าตะแกรง หมึกพิมพ์ก็จะเล็ดลอดจากรูผ้าตะแกรงลงไปติดบนกระดาษข้างล่าง ภาพพิมพ์วิธีนี้จะใช้สีมากน้อยเพียงใดก็ได้ การแยกสีกระทำโดยการทำแม่พิมพ์ผ้าตะแกรงหลายอันสำหรับการพิมพ์แต่ละสี

ตัวอย่างถุงสำหรับใส่สินค้า



ตัวอย่างถุงสำหรับใส่สินค้า



ตัวอย่างภาพถ่ายประดับร้าน LA PERLA



ตัวอย่าง หุ่นโชว์ (ต่างประเทศ)



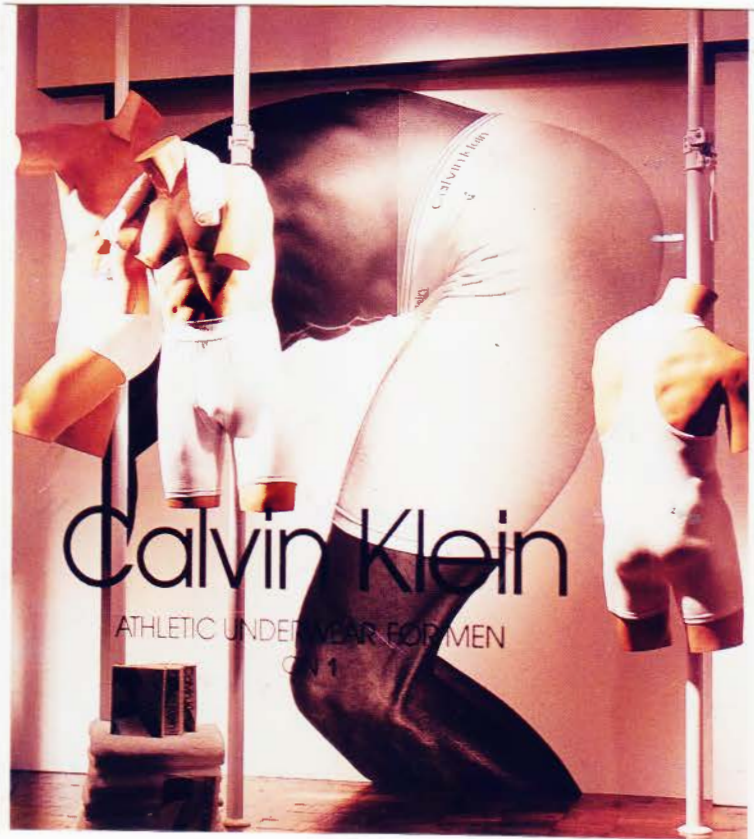
ตัวอย่างการจัดท้นโชว์ (ต่างประเทศ)



ตัวอย่างหุ่นโชว์ ร้าน LA PERLA



ตัวอย่างการจัด WINDOW DISPLAY (ต่างประเทศ)





หน้าร้านของร้าน LA PERLA



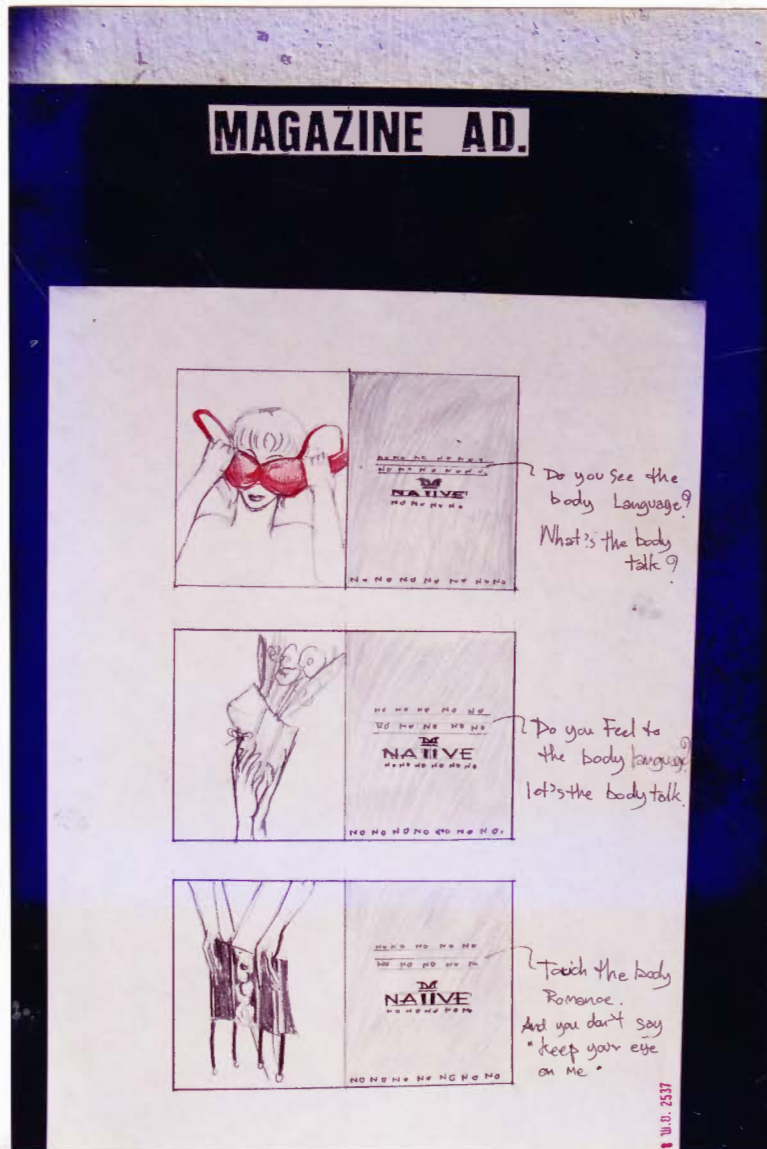
หน้าร้านของร้าน THE LINGERIE SHOP

บทที่ 3

การดำเนินงาน

การตรวจครั้งที่ 1

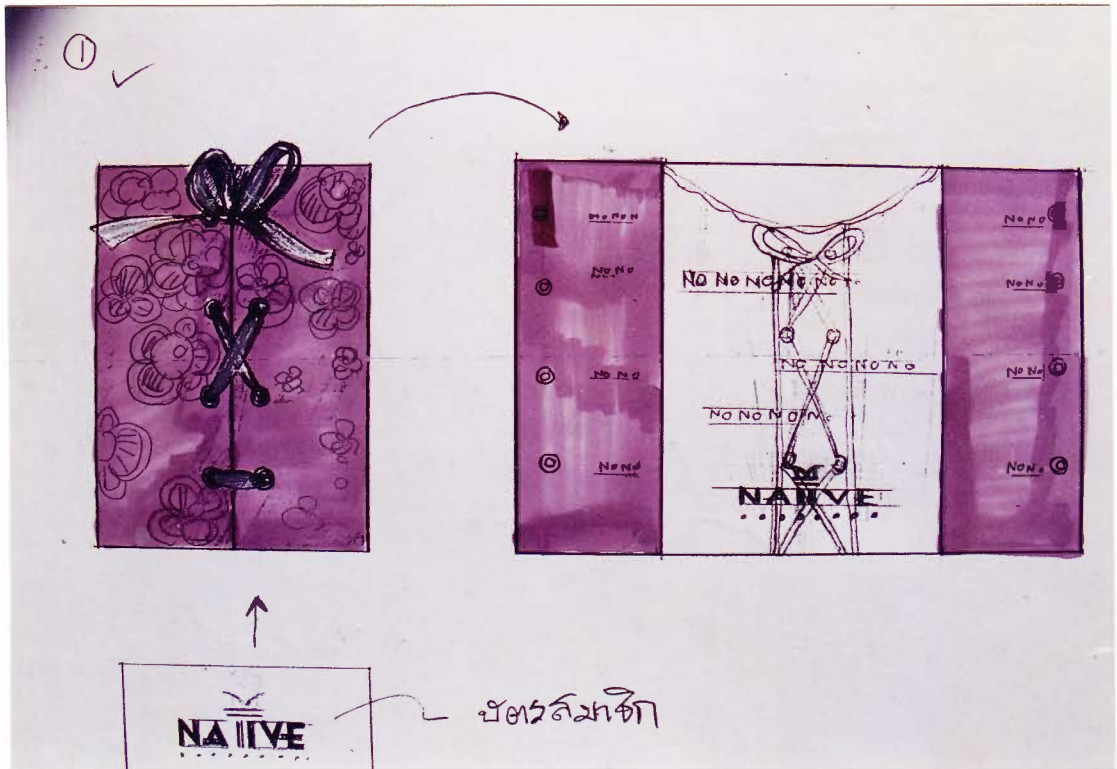
แผนภาพโฆษณาในหน้านิตยสาร (MAG AD.)



ข้อเสนอแนะ

- พยายามให้ภาพ และ COPY สามารถสื่อความหมายให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น
- ระวังเรื่องภาพ อาจทำให้เกิดความสับสน ในตัวสินค้า

DIRECT MAIL (บัตรเชิญ)



ข้อเสนอแนะ

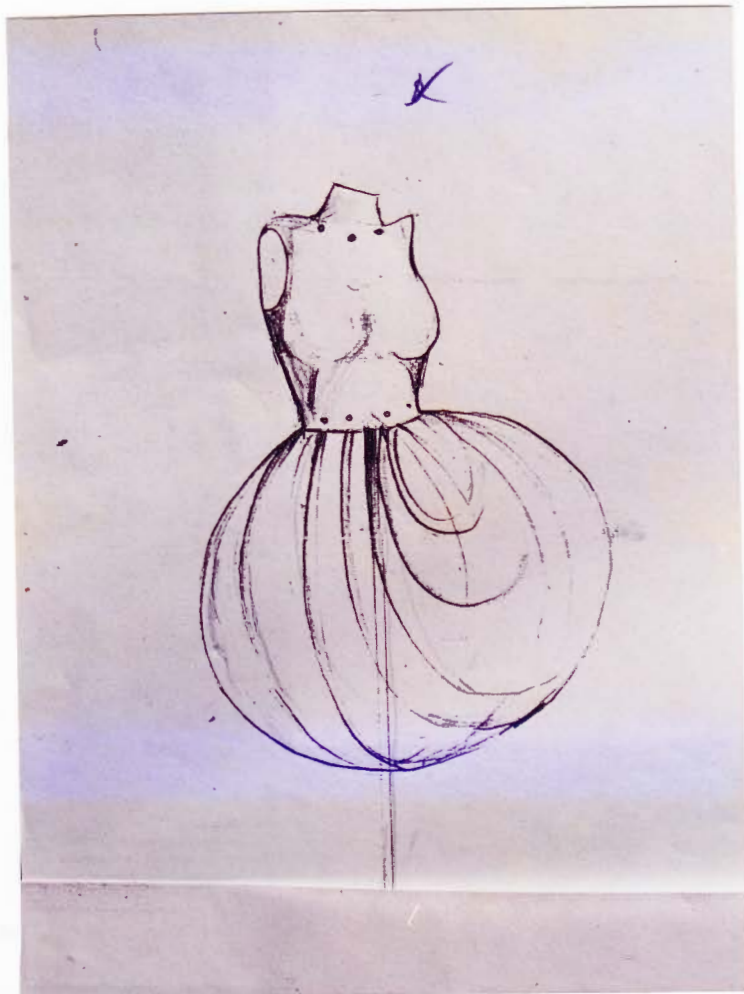
ภาพถ่ายตกแต่งร้าน



ข้อเสนอแนะ

- ระวังตัวหนังสือที่อยู่บนตัวนางแบบ จะให้ความรู้สึกต่างจากงานชิ้นอื่น ๆ เพราะการจัดวางตัวหนังสือ เปลี่ยนแปลงจาก LOGO ซึ่งเป็นแนวเดียว (เป็นเส้นตรง)

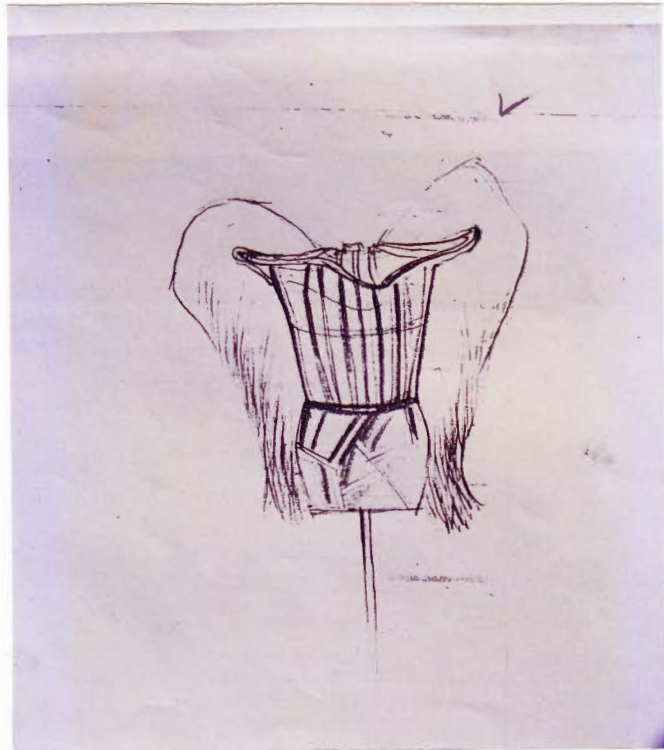
ท่อนโชว์



ข้อเสนอแนะ

- ไม่มี

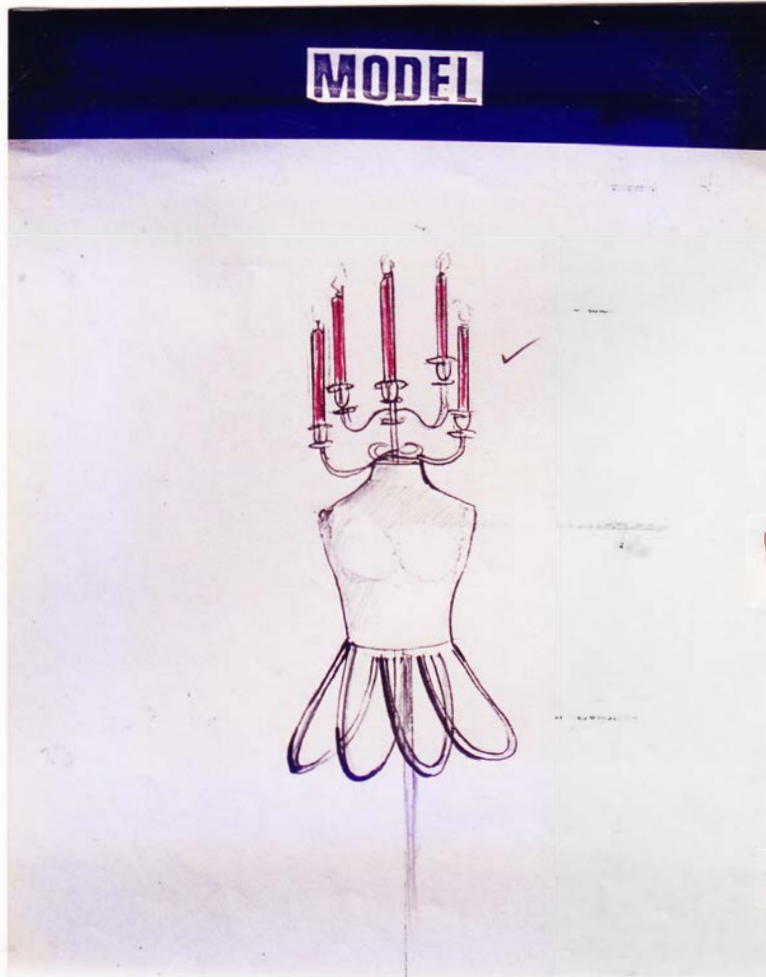
ท่อนโซว์



ข้อเสนอแนะ

- ไม้ผี

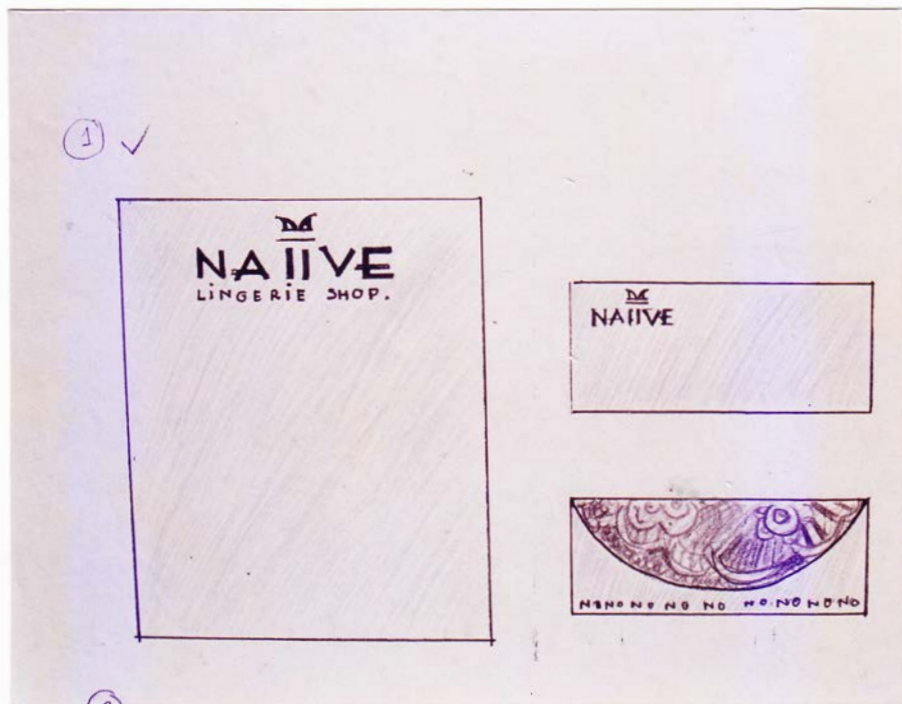
หุ่นโชว์



ข้อเสนอแนะ

- ไม่มี

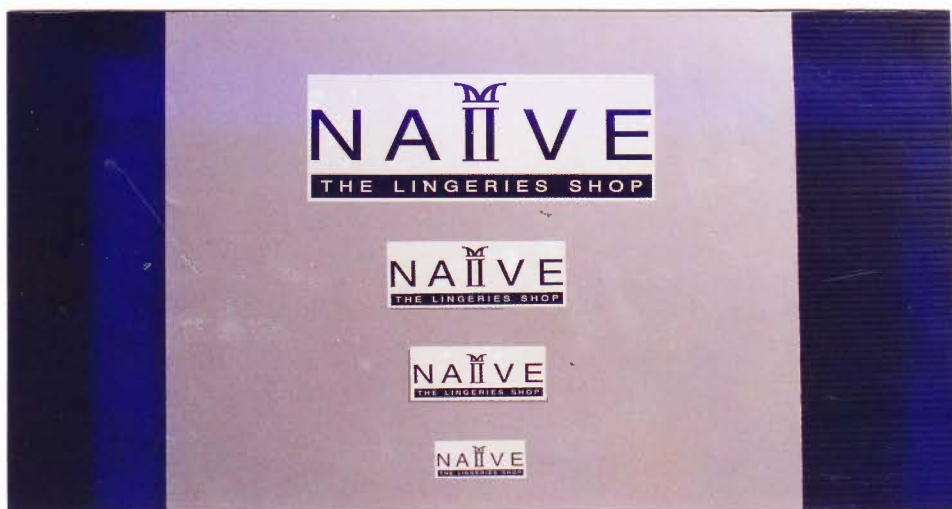
ชุดเขียนจดหมาย (STATIONERY)



ข้อเสนอแนะ

- ไม่มี

การตรวจครั้งที่ 2



สัญลักษณ์

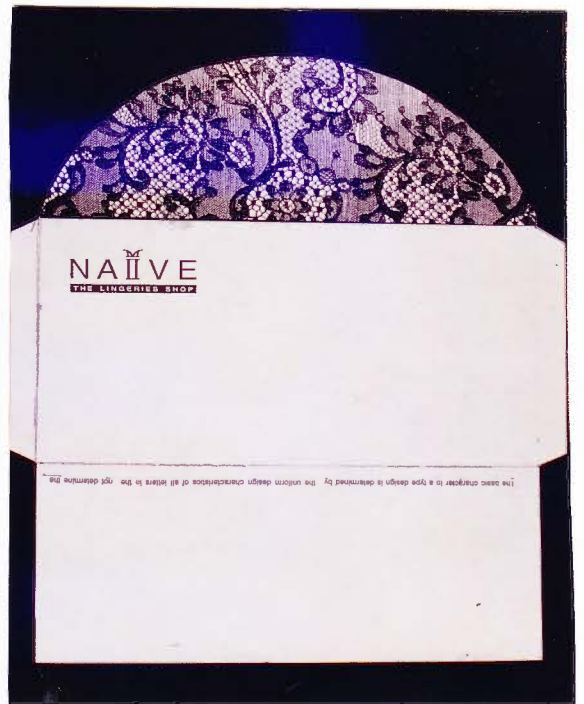
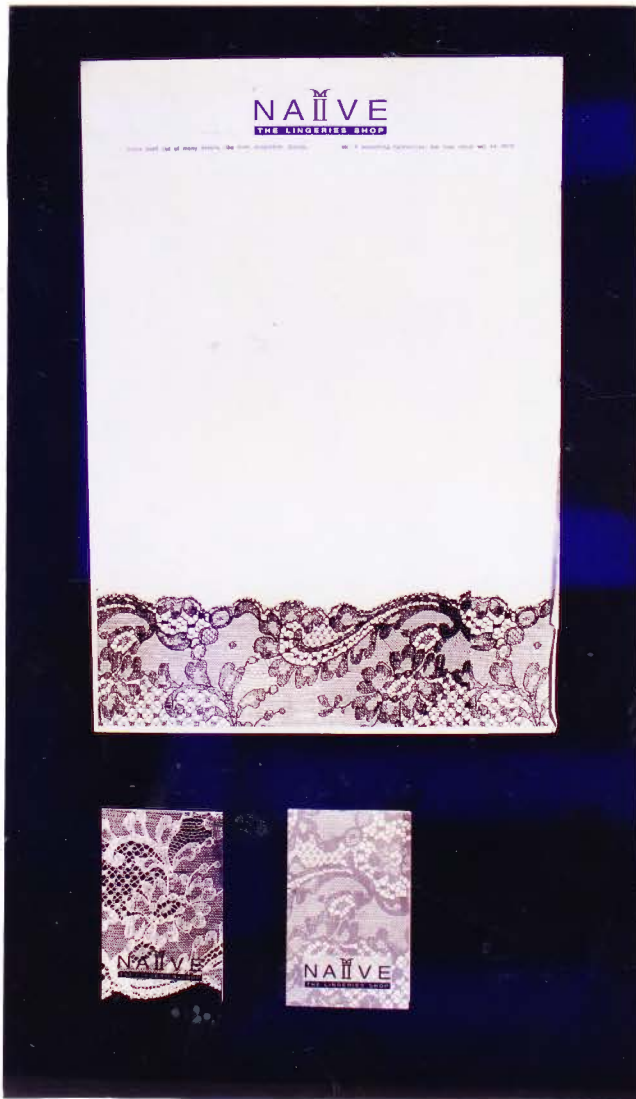
แนวความคิด

คิดถึงความสะดวกสบาย แต่ดูทันสมัย และมีระดับ

เทคนิค

SILKSCREEN

ชุดเขียนจดหมาย (STATIONERY)



DIRECTMAIL (บัตรเชิญ)



แผ่นภาพโฆษณาในนิตยสาร (MAG AD)



ขนาด $11\frac{1}{2} \times 17$ "

แนวความคิด ใช้เรื่องของสีมาเป็นตัวแทน ในการอธิบาย และถ่ายทอดความรู้สึกของผู้ที่สวมชุดชั้นใน NAIVE

ข้อเสนอแนะ ภาพยังสื่อ ไม่ชัด

แผ่นภาพโฆษณาในหน้านิตยสาร (MAG AD)



ขนาด $11\frac{1}{2}'' \times 17''$

แนวความคิด ใช้เรื่องของสีมาเป็นตัวแทน ในการอธิบายและถ่ายทอดความรู้สึก
ของผู้ที่สวมใส่ชุดชั้นใน NAIVE

ข้อเสนอแนะ ไม่มี

แผ่นภาพโฆษณาในนิตยสาร (MAG AD)



ขนาด 11 $\frac{1}{2}$ " x 17"

แนวความคิด ใช้เรื่องของสีมาเป็นตัวแทน ในการอธิบายและถ่ายทอดความรู้สึก
ของผู้ที่สวมชุดชั้นใน NAIVE

ข้อเสนอแนะ ภาพยังไม่ดี

ภาพถ่ายตกแต่งร้าน

ขนาด 16"× 20"

แนวความคิด ต้องการให้มีความเรียบง่าย อยู่ได้นาน ใช้ภาพ ขาวดำ เพราะจะทำให้สอดคล้องกับการตกแต่งร้าน และ Concept โดยรวมของงานทั้งหมด

ข้อเสนอแนะ น้าหนักของภาพยังไม่ดี

ภาพถ่ายตลกแต่งร้าน

ขนาด 16"×20"

แนวความคิด ต้องการให้มีความเรียบง่าย อยู่ได้นาน ใช้ภาพขาวดำ เพราะจะทำให้สอดคล้องกับการตกแต่งร้าน และ Concept โดยรวมของงานทั้งหมด

ข้อเสนอแนะ หน้าหนักของภาพยังไม่ดี

ภาพถ่ายตกแต่งร้าน

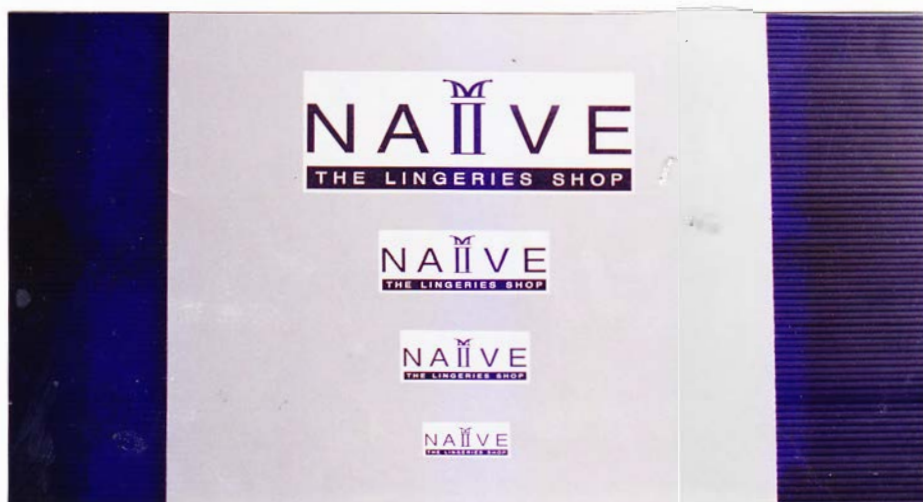
ขนาด 16"×20"

แนวความคิด ต้องการให้มีความเรียบง่ายอยู่ได้นาน ใช้ภาพขาวดำ เพราะจะทำให้สอดคล้องกับการตกแต่งร้าน และ concept โดยรวมของงานทั้งหมด

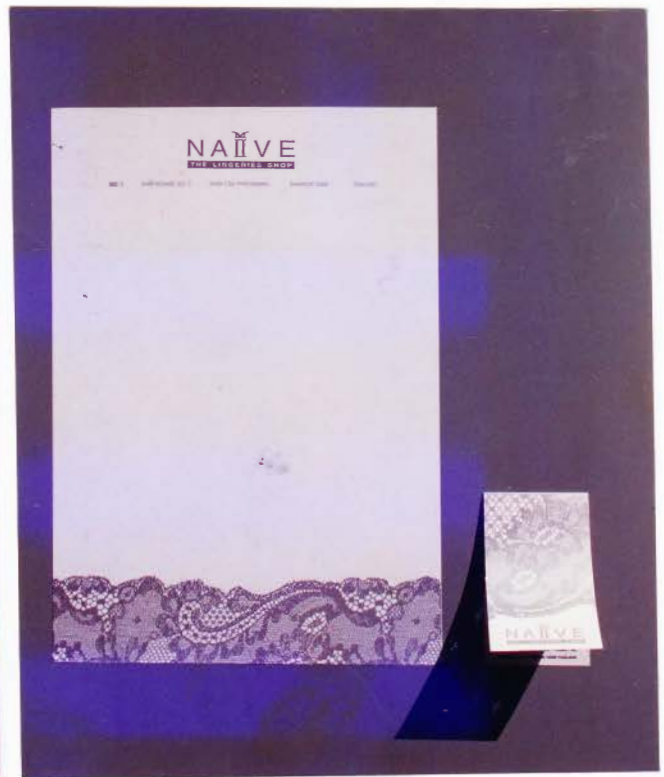
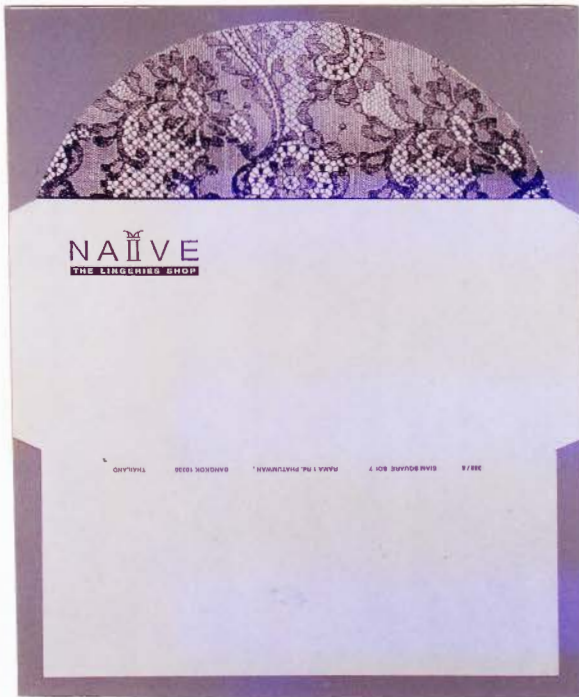
ข้อเสนอแนะ ท่าทางของนางแบบบังคับตัวสินค้าทำให้เห็นไม่ชัด และน้ำหนักของภาพยังไม่ดี

บทที่ 4

ผลงานที่เสร็จสมบูรณ์



สัญลักษณ์ (LOGO)



กระดาษเขียนจดหมาย, ซองจดหมาย, นามบัตร (STATIONERY)

ภาพถ่ายตกแต่งร้าน



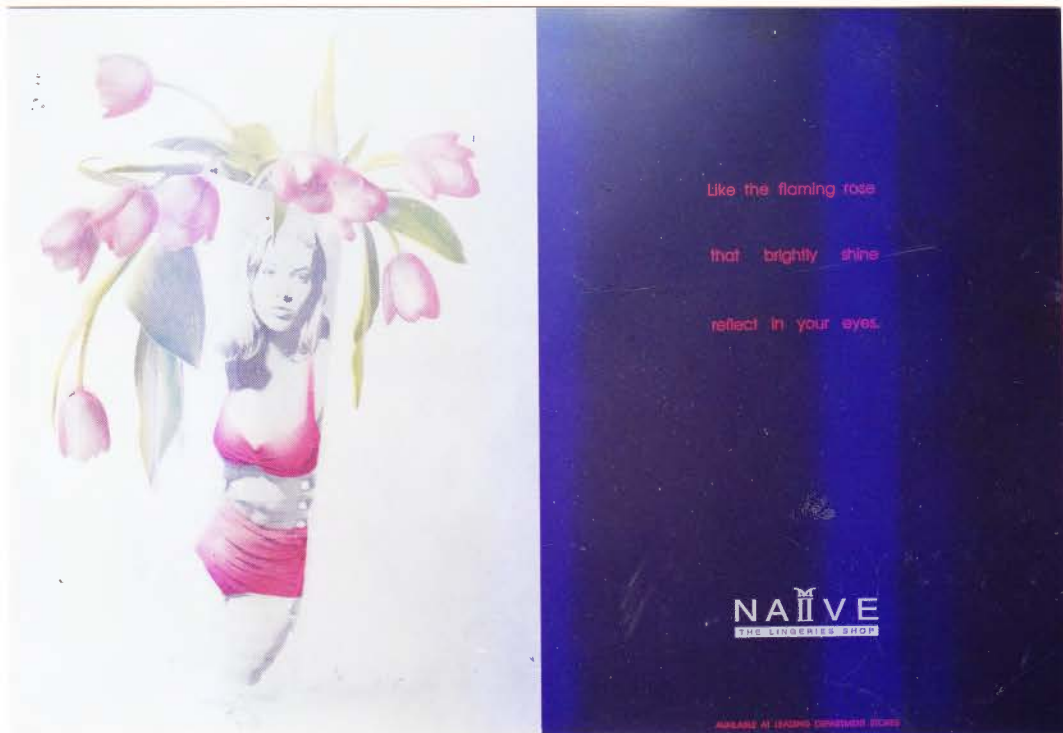
ภาพถ่ายตกแต่งร้าน



ภาพถ่ายตกแต่งร้าน



แผนภาพโฆษณาในหน้านิตยสาร (MAG AD.)



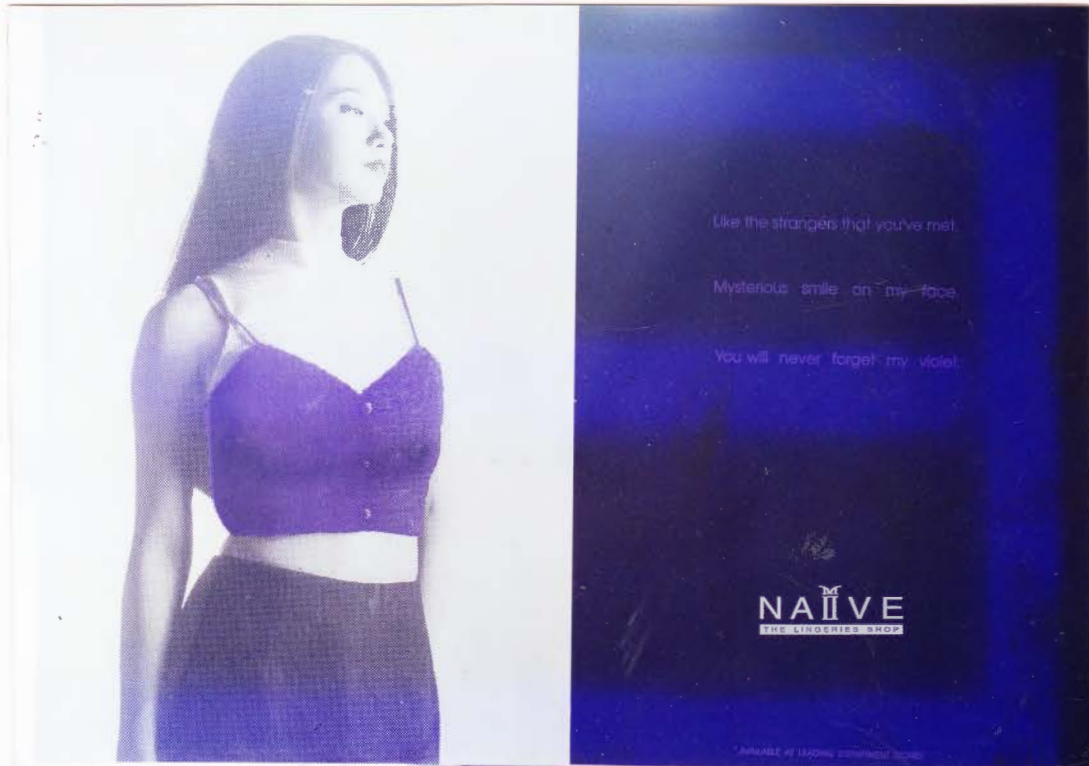
ขนาด 11 $\frac{1}{2}$ " x 17"

เทคนิค ซิลค์สกรีน

แนวความคิด ใช้เรื่องสีมาเป็นตัวแทนในการอธิบายและถ่ายทอดความรู้สึกของผู้ที่สวมชุดชั้นใน NAIVE

BODY COPY Like the flaming rose that brightly shine
reflect in your eyes.

แผ่นภาพโฆษณาในหน้านิตยสาร (MAG AD.)



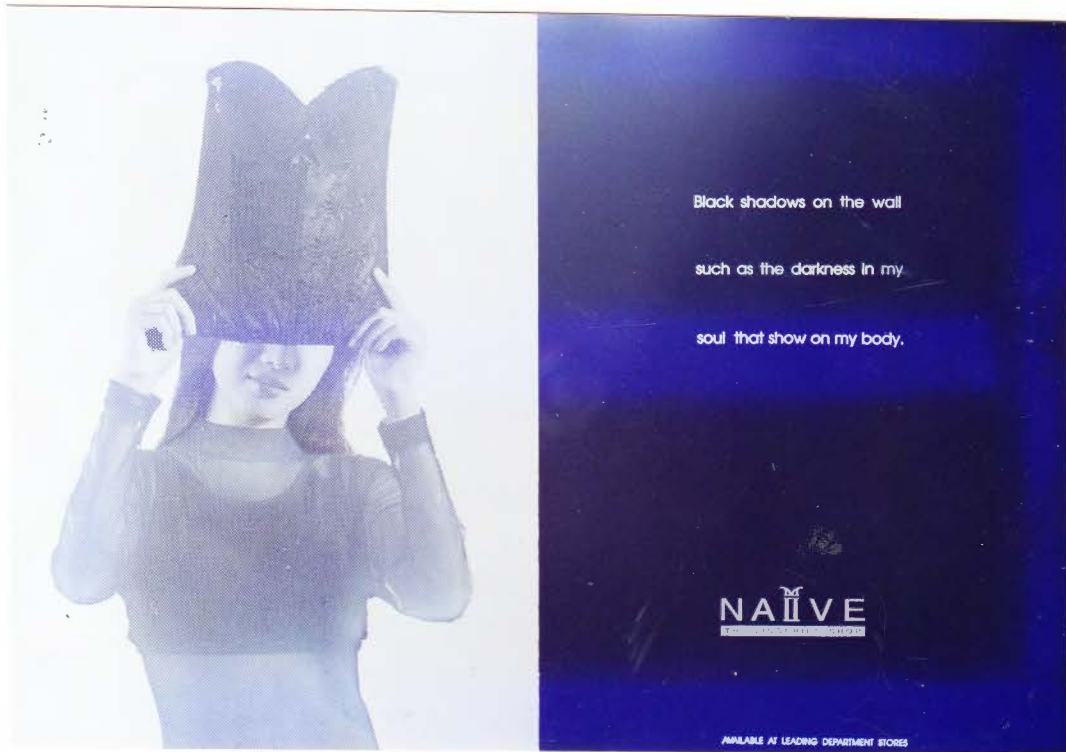
ขนาด 11 $\frac{1}{2}$ " x 17"

เทคนิค ซิลค์สักวีน

แนวความคิด ใช้เรื่องสีมาเป็นตัวแทน ในการอธิบายและถ่ายทอดความรู้สึก
ของผู้ที่สวมชุดชั้นใน NAIVE

BODY COPY Like the stranger that you've met.
Mysterious smile on my face.
You will never forget my violet.

แผ่นภาพโฆษณา ในหน้านิตยสาร (MAG AD)

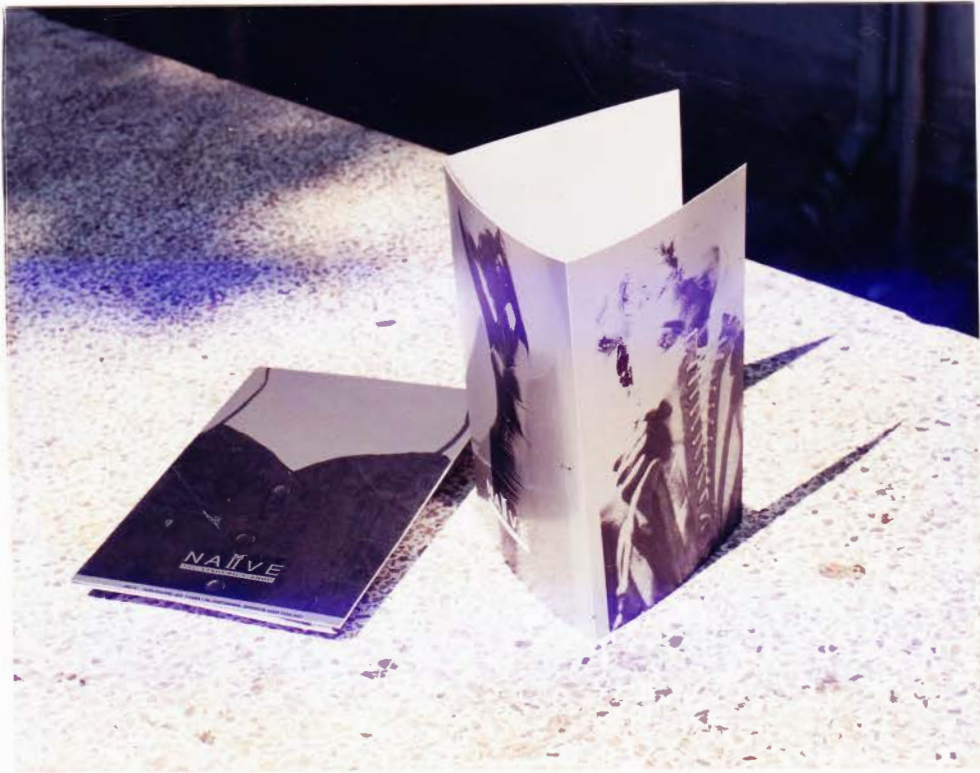


ขนาด 11 $\frac{1}{2}$ "×17"

เทคนิค ซิลค์สกรีน

แนวความคิด ใช้เรื่องสีมาเป็นตัวแทนในการอธิบายและถ่ายทอดความรู้สึกของผู้ที่สวมชุดชั้นใน NAIVE

BODY COPY BLACK SHADOWS ON THE WALL SUCH AS THE DARKNESS IN MY SOUL THAT SHOW ON MY BODY.



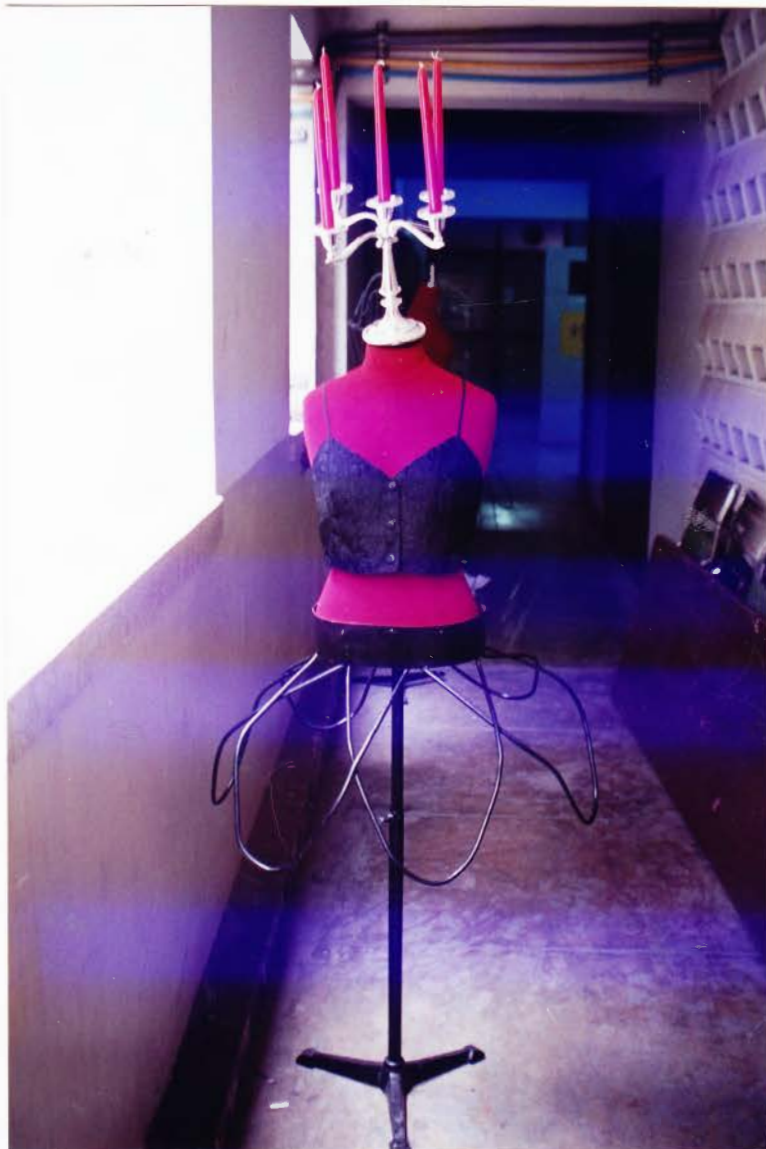
ถุงสำหรับบรรจุสินค้า



เทคนิค ซิลค์สก๊อต

แนวความคิด ความเรียบง่าย และดูมีระดับ และเพื่อให้เข้าชุดกับสิ่งพิมพ์อื่น ๆ
จึงเลือกใช้สีดำ, ขาว และเงิน และเพิ่มลายลูกไม้เข้าไป เพื่อให้
สื่อถึงตัวสินค้า

ท่นโชว์



ท่อนโซวี



หุ่นโชว์



โมเดลจำลองสถานที่ตั้งร้านและตู้โชว์สินค้าหน้าร้าน



ขนาด มาตรฐานส่วน 1:20

แนวความคิด เน้นความเรียบง่าย และประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

นับแต่เริ่มเสนอโครงการศิลปนิพนธ์ เพื่อการโฆษณาร้านอาหารชายชุดชั้นในสตรี "นาอึฟ" มาจนถึงขั้นตอนการตรวจขั้นสุดท้าย มีปัญหาเกิดขึ้นมากมาย ที่จะต้องแก้ไขให้สำเร็จตามเวลา อันจะเป็นการสร้างให้รู้จักกับผลิตภัณฑ์ และรู้จักแก้ปัญหาระหว่างการดำเนินงาน

ปัญหาในการทำงานมาจากความคิดที่หลากหลาย หาดทศรุษยาก ปัญหาด้านสถานที่ที่จะใช้ในการถ่ายภาพ ปัญหาในการหาผู้แสดงแบบ ชุดที่จะนำมาถ่าย บางครั้งเมื่อถ่ายออกมาแล้ว ผลงานยังไม่เป็นที่พอใจ ก็ต้องหาวิธีแก้ไข เช่น แก้ที่การล้าง, อัดภาพซึ่งบางภาพก็แก้ไขได้ แต่บางภาพก็ต้องถ่ายซ่อมใหม่ ซึ่งทำให้เกิดปัญหาตามมาอีกมากมายรวมทั้งปัญหาด้านค่าใช้จ่ายที่สูง

ผลงานที่สำเร็จออกมายังไม่เป็นที่พอใจนัก เนื่องจากปัญหาจากการพิมพ์ซิลค์สกรีน ซึ่งได้นำหนักไม่ตรงตามที่คิดไว้ แต่ทั้งหมดนี้ก็ผ่านมาด้วยดี ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

บรรณานุกรม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์อัศนีชัย ชูอรุณ , ความรู้เกี่ยวกับศิลปะภาพพิมพ์ เล่ม 1 พิมพ์ครั้งที่ 7 ,
กรุงเทพฯ , สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์ , 2532

นิตยสาร IMAGE

นิตยสาร คู่แข่ง

บทสัมภาษณ์ คุณพรณี (เจ้าของกิจการร้านขายชุดชั้นในพรณี)

SCOTT & DAUGHTERS "STOCK WORKBOOK 4" HIGHLAND AVE LA. CA 90038, 1991.

SCOTT & DAUGHTERS "STOCK WORKBOOK 5" HIGHLAND AVE LA..CA 90038, 1992.

ภาควิชาออกแบบนิเทศศิลป์

คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ชื่อนักศึกษา.....นางสาว ศันสนีย์ ชัยวัฒน์นันท์

อาจารย์ผู้ควบคุมศิลปนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชัยนันท์ ชะอุ่มงาม

อาจารย์สายขวัญ ศิริพงษ์

วันที่เสนอโครงการ. 27.. ตุลาคม .. 2537

โครงการศิลปนิพนธ์

1. ชื่อโครงการ

โครงการออกแบบเรียนศิลป์สิ่งพิมพ์เพื่อการโฆษณาร้านค้าชุมชนในสตรี "นาอึป"

.....
GRAPHIC DESIGN FOR PROMOTION OF "NAIVE" THE LINGERIES SHOP

2. ที่มาและความสำคัญของโครงการที่จะศึกษา

ชุมชนในสตรีนับว่าเป็นสิ่งที่สำคัญ ไม่ต่างไปจากเสื้อผ้าในชีวิตประจำวันและในช่วงหลายปีที่ผ่านมา

ได้มีการนำเข้าสู่ชุมชนในสตรีจาก ต่างประเทศซึ่งได้รับความนิยมและมักมุ่งเป้าหมายที่ชัดเจน

จึงทำให้มีการเปิดร้านขายสินค้าประเภทนี้เพิ่มมากขึ้น แต่จากการสังเกตจะพบว่ารูปแบบของการ

โฆษณาร้านค้าสินค้าประเภทนี้ยังไม่มีความน่าสนใจ และหมกมุ่นอยู่ต่าง ๆ น้อยมาก หรือแทบจะ

ไม่มีเลย ซึ่งเป็น เรื่องที่น่าสนใจศึกษาในการออกแบบและวางแผนสื่อโฆษณาของร้านค้าชุมชนใน

สตรี เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

3.1 เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของร้านค้าชุมชนในสตรี ซึ่งมีแนวความคิดที่ว่า "ชุมชนในสตรีนับเป็น

งานศิลปะบนเรือนร่าง" โดยนำเอารูปแบบของการจัดวางงานศิลปะมาประยุกต์ใช้ให้

สอดคล้องกับแนวความคิดข้างต้น

3.2 เพื่อนำเสนอแนวทางใหม่ที่เป็นไปได้ในการสร้างงานโฆษณาร้านค้าชุมชนในสตรี

ให้แตกต่างจากที่เคยมีมา

3.3 เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของร้านค้าชุมชนในสตรี ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ขอบเขตของการศึกษา (ประเภทของผลงาน จำนวน และเทคนิคในการสร้างงาน)

✓ 4.1	ออกแบบสัญลักษณ์ของร้าน, นามบัตร, บัตรสมาชิก	จำนวน	1	ชุด
✓ 4.2	ออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณาในหน้านิตยสาร (หน้าคู่) ขนาด 17×11 $\frac{1}{2}$	จำนวน	3	ชิ้น
4.3	ออกแบบบัตรเชิญวันเปิดร้าน (Direct Mail)	จำนวน	1	ชิ้น
4.4	ออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับเค้กชั้นในสตรี (เป็นถุง 2 ขนาด)	จำนวน	2	ชิ้น
4.5	ออกแบบภาพถ่ายสำหรับตกแต่งร้านขนาด 20×24 นิ้ว	จำนวน	3	ชิ้น
✓ 4.6	ออกแบบต้นสำหรับแสดงแบบเค้กชั้นในสตรี	จำนวน	3	แบบ
4.7	ออกแบบหน้าร้าน (Window Display) อัตราส่วน 1 : 20	จำนวน	1	ชิ้น

เทคนิคที่ใช้ : ถ่ายภาพ, ซิลค์สกรีน, ระบบการพิมพ์ออฟเซ็ท
เทคนิคผสมสำหรับแบบจำลองหน้าร้าน และต้นสำหรับแสดงแบบ

5. วิธีการศึกษาและขั้นตอนในการดำเนินงาน

- ลำดับที่ 1-4 รวบรวมข้อมูลและเอกสารที่เกี่ยวข้องทั้งหมดของโครงการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความคิดในการสร้างสรรค์งานและออกแบบร่างเบื้องต้น
- ลำดับที่ 5-9 จัดทำแบบร่างที่สมบูรณ์ โดยปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของกรรมการ ตรวจสอบและตัดสินใจขั้นต้นจากการตรวจครั้งที่ 1
- ลำดับที่ 10-14 นำเสนอผลงานที่เสร็จสมบูรณ์ จำนวนไม่น้อยกว่าครึ่งหนึ่งของงานทั้งหมดในโครงการ
- ลำดับที่ 15-18 นำเสนอผลงานที่เสร็จสมบูรณ์ทั้งหมด หรือหนึ่งเอกสารประกอบที่ตนนิพนธ์

6. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 6.1 ได้งานโฆษณาที่มีความโดดเด่นแตกต่างไปจากร้านขายเค้กชั้นในสตรี โดยทั่วไป
- 6.2 สามารถเจาะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

7. เอกสารอ้างอิงหรือข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อโครงการ

โดยเอกสารแนบ

หนังสือพิมพ์แข่งขันธุรกิจ

โดยสารพิมพ์ (IMAGE)
