

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ตัวอย่างแบบฟอร์มการลงรหัส

แบบฟอร์มการลงรหัส ภาพที่ 1



ปี	2004
ชื่อสินค้าและบริการ	SPY
รางวัล	Silver

ประเภทของสินค้าและบริการ	ลักษณะการนำเสนอ	เทคนิคการนำเสนอ (เลือกได้มากกว่า 1 แบบ)	สิ่งจูงใจ ในการโฆษณา

ภาคผนวก ข

คำอธิบายเนื้อหาในการลงรหัส

คำอธิบายประเภทของสินค้าและบริการ

C1 ประเภทเครื่องดื่ม (Best of Drink) Include Alcoholic Drinks and Non-Alcoholic Drinks

อาทิ Beer, cider, lager, alcopops, wine, champagne, fortified wines, spirits, liqueurs, coffee, tea, chocolate & malt drinks, still & carbonated drinks, fruit & vegetable juices, mineral waters, etc.

C2 ประเภทขนมขบเคี้ยว ของว่าง เครื่องปรุงอาหาร (Confectionery, Snacks, Savory Foods & Seasoning)

อาทิ Meats, fish, seafood, soups, delicatessen, fruits & vegetables, rice, pasta, pizza, sauces, mayonnaise, vinegar, oils, spices, herbs, pre-cooked & prepared meals, frozen, canned, dried foods, baby foods & baby milk, cream, butter, cheese, eggs, milk, margarine & spreads, diet & health foods, chocolate, candy, chewing gum, potato crisps, snacks, nuts & dried fruit, sweet & savoury bars, cakes, biscuits, desserts, sugar, jam, honey, peanut butter, syrup, bread, crispbread, flour, baking ingredients, breakfast cereals, yoghurt & yoghurt drinks, milk desserts, ice cream, flavoured milk, etc.

C3 ประเภทผลิตภัณฑ์ของใช้ภายในบ้าน & ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง (Household Maintenance Products & Pet Products)

อาทิ Clothing detergents, fabric softeners, dishwashing detergents, cleaning products, air fresheners, insecticides, foil, cling film & food packaging, light bulbs, batteries (not car batteries), adhesives, fertilisers, shoe polish, kitchen roll, varnish & wood protectors, paint, kitchen rolls, pet food & pet care products, gifts & greetings cards, pens and personal stationery, tobacco & associated products, etc.

C4 ประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน (Home Appliance & Furnishings)

อาทิ Televisions, washing machines, dryers, dishwashers, fridges, freezers, cookers, microwaves, kitchen utensils, appliances & crockery, glassware, bed & table linen, baths, showers & toilets, home decorating & building products, wall & floor coverings, doors & windows, heaters, air conditioners, lamps, clocks, home security products, smoke detectors, tools, house & garden furniture, garden tools, machinery & products, cameras, video cameras, binoculars, film, hi-fi, personal stereos, CD players & minidiscs, MP3 players, iPod, home computers, iPad, DVD players, personal phone equipment incl. Mobile phones & iPhone, etc.

C5 ประเภทโทรคมนาคม อุปกรณ์สำนักงาน & บริการ (Telecommunication, Business Equipment & Services)

อาทิ Telecommunications services, internet service providers, cable, satellite TV and video-on-demand providers, yellow pages, directories, postal services, electricity, gas, power & water companies, private healthcare & clinics, private schools & colleges, correspondence courses, private practices (e.g. legal, architectural & landscaping services), employment agencies, business computers & software, photocopiers, fax machines, business phone equipment, office furniture & stationery, office cleaning services, courier services, advertising agencies & production

C6 ประเภทเสื้อผ้า รองเท้า ของแต่งตัว ผลิตภัณฑ์ (Clothing, Footwear, Accessories)

อาทิ Day, evening & nightwear, underwear, tights & stockings, footwear, sportswear, clothing fabrics & sewing materials, jewellery, watches, luggage, handbags, fashion & designer sunglasses & spectacle frames, etc.

C7 ประเภทผลิตภัณฑ์ / บริการเกี่ยวกับสุขภาพและความงาม และเครื่องสำอางค์ (Health and Beauty Products/Services, Cosmetics)

(Health and Beauty Products/Services, Cosmetics, Pharmacy and Toiletries) อาทิ Make-up, skin & nail care products, perfumes, eau de toilette & aftershaves, deodorants & body sprays, shampoos & conditioners, hair dye, hairspray, gel, mousse, dyes, soap, shower & bath products, sun block & tanning products, hair dryers, hair straighteners, hair curlers, OTC medicines & tablets, vitamins & herbal remedies, diet supplements & products, insect repellents, adhesive plasters, skin remedies, anti-hair loss lotions, condoms, pregnancy tests, other pharmaceutical products, hairbrushes, combs, wigs, toothpastes, toothbrushes, mouthwashes, toilet paper, tampons & sanitary towels, tissues, diapers, razors & shaving products, hair removal products, contact lenses, hearing aids, prescription drugs, contact lenses, etc.

C8 ประเภทรถยนต์ อุปกรณ์ยานยนต์ & บริการ (Auto Vehicles, Automotive Products & Services)

อาทิ jeeps & 4-wheel drives, pick-up trucks, vans, lorries, motorbikes, tyres, spare parts, accessories incl. in-car hi-fi, petrol stations, petrol, oil, breakdown & servicing companies, car dealers and car finance & leasing, etc.

C9 ประเภทธนาคาร การลงทุน การประกัน และพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ (Banking, Investment, Insurance, Property Development)

อาทิ Banks, building societies, credit cards, current & savings accounts, mortgages & loans, investment companies, personal, health & building insurance, car insurance, pension & retirement plans, etc.

C10 ประเภทร้านฟาสต์ฟู้ด ภัตตาคาร ร้านค้าปลีก (Fast Food Outlets, Restaurants, Retail Stores)

อาทิ Restaurants & bars, fast food chains and outlets, cafes, coffee shops, department & specialist stores, clothing & footwear stores, store cards, supermarkets, DIY stores, drugstores, opticians, hairdressers, beauty salons, tattoo parlours, laundry service, estate agents, photo-processors, TV, video & other rental stores, mail-order companies & catalogues, online stores and auctions, etc.

C11 ประเภทการขนส่ง การเดินทาง & การท่องเที่ยว บ้านเทิง & พักผ่อน (Transportation, Travel & Tourism, Entertainment & Leisure)

อาทิ Airlines, train & bus companies, ferry & cruise lines, travel agencies, tourist boards, hotels, resorts, city & country promotion, car hire, travel passes, leisure & theme parks, gyms, health & diet clubs, sporting events, music festivals, orchestras & instruments, exhibitions & shows, nightclubs, bars, museums, art galleries, cinemas & theatres, sports and outdoor equipment, bicycles, boats & caravans, toys, board games, computer games & consoles (e.g. PlayStation, Xbox, wii etc.), lotteries, gambling, golf & country

C12 ประเภทหนังสือพิมพ์ & สื่อโฆษณาต่างๆ (Publication & Media)

อาทิ Newspapers, magazines, books, records, CDs, cassettes, DVDs, TV & radio stations, networks & programmes, encyclopedias and correspondence courses, etc.

C13 ประเภทสถาบัน (Corporate)

อาทิ Non-product-based company image, competition & event sponsorship, seasonal greeting, company mergers, floatation & relocation, etc.

C14 ประเภทส่งเสริมสังคม (Public Service Message and Cause Appeals)

อาทิ Anti-smoking, anti-drugs, anti-drink-driving, road safety, health, hygiene, Aids awareness, Political & religious messages, unions, associations, special interest groups, environmental awareness, government & forces recruitment, state education, racial, ethnic & disability awareness, sex equality, charities, funds, volunteers, Red Cross, blood & organ donation, etc.

คำอธิบายลักษณะในการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ

F1 เป็นสิ่งที่สร้างขึ้นใหม่ โดยอาศัยสภาพแวดล้อมนั้นเป็นตัวช่วยในการสื่อสารความคิด

ส่วนใหญ่จะเป็นในรูปแบบสิ่งของหรือชิ้นงานประติมากรรมที่อยู่ในพื้นที่สาธารณะ และมักจะมีขนาดใหญ่เพื่อดึงดูดสายตา หรือรูปแบบอื่นๆ เช่น การใช้คนช่วยในการนำเสนอ หรือการทำให้เป็นสื่อที่เคลื่อนไหวได้

F2 เป็นสิ่งที่สร้างขึ้นใหม่ประกอบกับสิ่งที่มีอยู่แล้วในสภาพแวดล้อม เป็นการนำวัตถุ สิ่งของ ภาพ หรือข้อความไปติดหรือประกอบเข้ากับสิ่งที่มีอยู่เดิมในสภาพแวดล้อม เช่น เสาไฟฟ้า ผนังตึก พื้นถนน โถส้วม รวบบันได ฯลฯ โดยอาศัยรูปร่าง รูปทรง พื้นผิว ลักษณะการใช้งานการเคลื่อนไหว ของสิ่งที่อยู่ในสภาพแวดล้อมนั้น เป็นตัวช่วยในการสื่อสารความคิด

F3 เป็นการใช้สื่อที่สร้างขึ้นใหม่ร่วมกับสื่อดั้งเดิม เช่น ใช้ร่วมกับป้ายโฆษณากลางแจ้ง หรือ โฆษณานบนตัวรถประจำทาง (Bus Body Ad.) โดยอาศัยลักษณะบางอย่างของสื่อที่ช่วยนำเสนอความคิด วิธีการนี้จะช่วยให้สื่อแบบดั้งเดิมมีความน่าสนใจมากขึ้น

คำอธิบายเทคนิคในการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ

T1 Intrusion เป็นเทคนิคการสร้างสรรค์สื่อที่มีการใช้สถานที่และวัตถุต่างๆ เป็นพาหนะในการนำเสนอเนื้อหา แบ่งเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

- ใช้ประโยชน์หรือคุณค่าของสื่อ (Using the Value of a medium) ได้แก่ ใช้หน้าที่ของสื่อ ใช้สิ่งที่สามารถเห็นได้จากสื่อ ใช้สื่อเพื่อเชื่อมต่อไปยังผู้บริโภค ใช้ความน่าสนใจของสื่อ
- ช่องทางอื่นๆ หรือเจ้าของสื่ออื่นๆ ได้แก่ ผู้โฆษณาเป็นเจ้าของสื่อ สาธารณะเป็นเจ้าของสื่อ คู่แข่งหรือผู้โฆษณารายอื่นเป็นเจ้าของสื่อ สื่อที่สร้างขึ้นใหม่

T2 Tranformation เป็นเทคนิคการสร้างสรรค์สื่อที่ใช้การเปลี่ยนแปลง ดัดแปลงทางกายภาพของสิ่งที่มีอยู่จริงในการนำเสนอเนื้อหา ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงขนาด การเปลี่ยนแปลงสี การเปลี่ยนแปลงรูปทรง การเปลี่ยนแปลงเนื้อหาหรือเรื่องราว การเปลี่ยนแปลงสถานที่ การเปลี่ยนแปลงโดยการเพิ่มเติม การเปลี่ยนแปลงโดยการย้ายออก การเปลี่ยนแปลงโดยการนำสิ่งอื่นเข้ามาแทนที่

T3 Installation เป็นเทคนิคการสร้างสรรค์สื่อที่ใช้การสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ ขึ้นมาเป็นสื่อใหม่ในการนำเสนอเนื้อหา

T4 Illusion เป็นเทคนิคการสร้างสรรค์สื่อที่ใช้การนำเสนอเนื้อหาที่บิดเบือนการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ไม่สามารถแยกแยะได้ว่าอะไรเป็นจริง อะไรเป็นเท็จ ได้แก่ การเลียนแบบของจริง การใช้ภาพที่มีมุมมองเป็น 3 มิติ การแต่งเรื่องราวขึ้นมา การทำให้เกิดความเข้าใจผิด

T5 Infiltration เป็นเทคนิคการสร้างสรรค์สื่อที่ใช้คนแฝงตัวเข้าไปในพื้นที่ต่างๆ ในการนำเสนอเนื้อหา ได้แก่ ใช้คนเพื่อเป็นพาหนะนำสาร ใช้คนเพื่อเป็นตัวแสดง

T6 Sensation เป็นเทคนิคการสร้างสรรค์สื่อที่นำเสนอเนื้อหาผ่านทางประสาทสัมผัส ได้แก่ การมองเห็น การใช้เสียง การสัมผัส การดมกลิ่น การชิม

T7 Interaction เป็นเทคนิคการสร้างสรรค์สื่อที่นำเสนอเนื้อหาด้วยการให้ผู้บริโภคเข้ามามีส่วนร่วม ได้แก่ ผู้บริโภคเป็นผู้มีส่วนร่วม ผู้บริโภคเป็นผู้สร้างสรรค์ด้วยกัน

T8 Stunt เป็นเทคนิคการสร้างสรรคส์สื่อที่ใช้การนำเสนอเนื้อหาที่ผิดปกติ ยาก หรืออันตราย ได้แก่ การทำให้แปลกกว่าหรือมากกว่าที่เป็นจริง (Larger than life) การใช้ความสามารถเฉพาะตัว (Exceptional physical acts)

คำอธิบายสิ่งจูงใจในการโฆษณาในการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศในประเทศไทย

A1 **สิ่งจูงใจด้านข้อมูล/เหตุผล** (Informational/ Rational Appeals) จะมุ่งเน้นถึงข้อเท็จจริง หรือความจำเป็นของสินค้าหรือบริการที่มีต่อผู้บริโภค จากนั้นจึงเน้นเกี่ยวกับคุณลักษณะของสินค้าหรือบริการ หรือคุณประโยชน์ ตลอดจนสาเหตุต่างๆ ที่ต้องใช้สินค้านั้นๆ เช่น การใช้งานง่าย ทนทาน มีประสิทธิภาพ เป็นต้น

A2 **สิ่งจูงใจด้านอารมณ์** (Emotional Appeals) จะเกี่ยวข้องกับความต้องการด้านสังคมหรือจิตวิทยาของผู้บริโภคสำหรับการซื้อสินค้านั้นๆ เช่น อารมณ์ขัน ความกลัว ความมั่นใจ เป็นต้น การใช้สิ่งจูงใจด้านอารมณ์ยังใช้เพื่อโน้มน้าวผู้บริโภคให้ตีความหมายสำหรับประสบการณ์การใช้สินค้าของตนไปตามแนวทางที่ต้องการ

ตัวอย่างรายละเอียดประเภทของสิ่งจูงใจด้านเหตุผลและสิ่งจูงใจด้านอารมณ์ เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์

สิ่งจูงใจด้านเหตุผล		สิ่งจูงใจด้านอารมณ์	
ความเชื่อถือได้ในคุณภาพ / ในประโยชน์ใช้สอย	ประสิทธิภาพในการจัดก หรือการใช้ประโยชน์	การหลีกเลี่ยงจาก ภาระหน้าที่อันยากลำบาก	กีฬา / การเล่น / กิจกรรม ทางร่างกาย
ความต้องการขั้นพื้นฐาน ของผลิตภัณฑ์	โอกาสที่จะได้รับจาก การมีเวลารว่างมากกว่า	ความเห็นใจ / สงสาร ผู้อื่น	สมัยนิยม / ความ สวยงาม

สิ่งจูงใจด้านเหตุผล		สิ่งจูงใจด้านอารมณ์	
การพักผ่อนหรือการนอนหลับ	ด้านลักษณะทางกายภาพ	ความปลอดภัย	การยอมรับทางสังคม
ความคุ้มค่าในการซื้อ	ด้านข่าว	ความรัก	ความตื่นเต้น
ความทนทาน	ด้านราคาที่น่าพอใจ	ความเสนาหา	สิ่งเร้า การกระตุ้น
การได้กำไร	ด้านความนิยมสูง	ความสุข	ความภาคภูมิใจ
ความสะอาด	ข้อดีที่เหนือกว่าคู่แข่ง	ความสนุกสนาน	การประสบความสำเร็จ
การได้รับการปกป้องจากผู้อื่น	ความหลากหลายในการเลือก	ความหวัง ทะเยอทะยาน	ความละเอียดความรู้สึก ผิด
		การตระหนักรู้	สถานะ ความเคารพ
		ความยินดี	ความคิดถึง
		ความผูกพันกัน	ความเกี่ยวข้อง
		ความเป็นเจ้าของ	การเป็นที่รู้จัก
		การปฏิเสธ	รสนิยม
		ความทะเยอทะยาน	ความอยากอาหาร
		ความร่วมมือ	ความบันเทิง
		ความมั่นคง	ความมั่นใจ

สิ่งจูงใจด้านเหตุผล		สิ่งจูงใจด้านอารมณ์	
		ความกลัว	ความสะดวกสบาย
		ความอยากรู้อยากเห็น	การคุ้มครอง
		ความตลกขบขัน	การดึงดูดใจด้านเพศ
		การอุทิศตนเพื่อผู้อื่น	ความภูมิใจในวิชาชีพ
		ความเสียใจ	ความประหม่า
		ความพึงพอใจ	ความแข็งแกร่งของร่างกาย
		ความเพ้อฝัน	การโต้แย้งกัน
		ความต้องการเฉพาะตัว	การเห็นพ้องต้องกัน

ภาคผนวก ค

ตารางวิเคราะห์สื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศในประเทศไทย

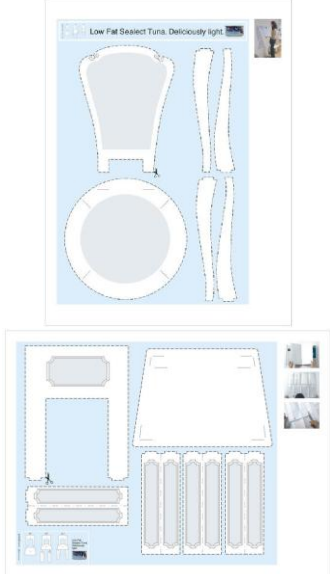
ตารางวิเคราะห์สื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศในประเทศไทย

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
1		SPY (ซ่า พอดี)	2004 / Bronze	C1	T1, T5	F1	A2

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
2		Heineken (Billboard)	2004 / Bronze	C1	T2	F3	A2
3		SPY (ต้นไม้)	2004 / Bronze	C1	T1	F2	A2

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
4		Equal	2004 / Bronze	C2	T1	F2	A2

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
5		สสส. (ฟักปอด)	2004 / Finalist	C14	T2	F1	A2

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
6		Select Tuna	2005 / Bronze	C2	T7	F1	A1

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
7	 HOOVER WASHING MACHINE "CLEANLINESS" CHALLENGE To make sales representative for Hoover into the cleanest group in the house for the new Hoover. IDEA The promotion goal: increased the efficiency of the Hoover Washing Machine by using the white towel to represent the cleanliness of the new product. Added to Hoover's new design, added the idea of the Hoover Washing Machine's packaging, the message of the Hoover Washing Machine's new product was added. The message of the Hoover Washing Machine's new product was added. The message of the Hoover Washing Machine's new product was added. RESULTS The Hoover Washing Machine's new product was added. The message of the Hoover Washing Machine's new product was added. The message of the Hoover Washing Machine's new product was added. The message of the Hoover Washing Machine's new product was added. The message of the Hoover Washing Machine's new product was added.	Hoover	2005 / Bronze	C4	T2	F1	A1
8	 MOBILE HAUNTED BAG Challenge To make sales representative for Zen into the cleanest group in the house for the new Zen. IDEA The promotion goal: increased the efficiency of the Zen Washing Machine by using the white towel to represent the cleanliness of the new product. Added to Zen's new design, added the idea of the Zen Washing Machine's packaging, the message of the Zen Washing Machine's new product was added. The message of the Zen Washing Machine's new product was added. RESULTS The Zen Washing Machine's new product was added. The message of the Zen Washing Machine's new product was added. The message of the Zen Washing Machine's new product was added. The message of the Zen Washing Machine's new product was added. The message of the Zen Washing Machine's new product was added.	ZEN	2005 / Bronze	C10	T3	F1	A2

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
9		Tesco Lotus (Fish tank)	2005 / Bronze	C10	T1, T4	F2	A1
10		Sylvania	2005 / Finalist	C4	T4	F3	A1

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
11		สวนดุสิต Health Center	2005 / Finalist	5	T1	F1	A2
12		Big C (Photohunt)	2005 / Finalist	C10	T7	F1	A1

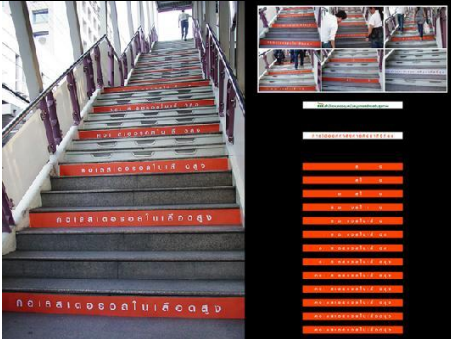
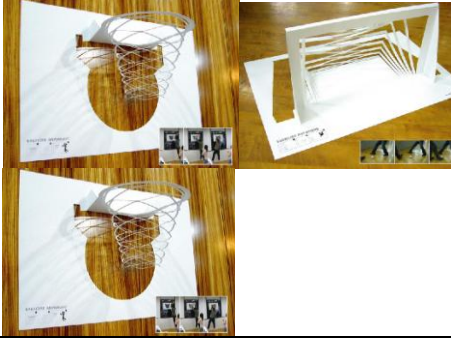
ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
13		พรานทะเล	2005 / Gold	C2	T1, T8	F2	A1

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
14	 	กรุงเทพ ประกันภัย	2005 / Silver	C9	T1	F2	A2

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
	 						

ลำดับที่	ชั้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
							

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
15		Under water world Pattaya	2005 / Silver	C11	T1, T4	F2	A1

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
16		สสส. (บันได)	2006 / Finalist	C14	T1, T7	F2	A2
17		สสส. (ออกกำลัง)	2006 / Gold	C14	T7	F1	A2

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
							
20		แว่นท็อปเจริญ	2006 / Bronze	C6	T4, T8	F3	A1

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
21		PFinalistzer (Viagra)	2006 / Bronze	C7	T3	F1	A1

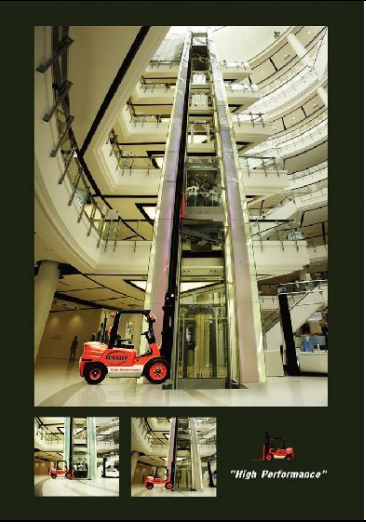
ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
22		Zonta International (โครงการอาหารเพื่อเด็ก)	2006 / Bronze	C14	T1	F2	A2

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
23		สสส. (Fat Exit)	2006 / Bronze	C14	T1	F1	A2

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
24		สสส. (กระโดดหยิบ)	2006 / Finalist	C14	T1, T2, T7	F2	A2

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
25		มูลนิธิเมาไม่ขับ	2006 / Finalist	C14	T1	F3	A2
26		Rejoice	2006 / Gold	C7	T1, T2	F2	A1

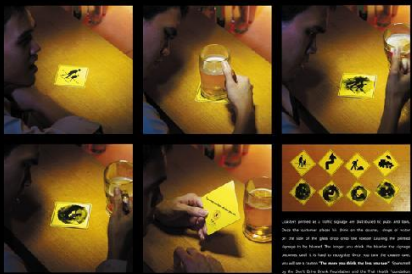
ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
27	 จาก Media : Italia Menilerypica - "Fresh Fish" อธิบาย : ชิ้นงานนี้เป็นสื่อโฆษณาที่ซ่อนตัวอยู่ในสภาพแวดล้อมจริงของตลาดสดปลา โดยผู้ขายปลาใช้ถาดพลาสติกขนาดใหญ่รองรับปลาสดจำนวนมาก ซึ่งผู้ชมสามารถสังเกตเห็นได้โดยไม่ต้องสงสัยว่าเป็นสื่อโฆษณา Result : ชิ้นงานนี้ถูกออกแบบและผลิตขึ้นเพื่อโปรโมตแบรนด์และชื่อของร้านปลาได้อย่างมีประสิทธิภาพและน่าสนใจ	Halls	2007 / Bronze	C2	T1	F2	A1

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
28		Achills (รถยก)	2007 / Bronze	C8	T1, T2	F2	A1

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
29		Ford Focus	2007 / Bronze	C8	T7	F1	A1

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
30		Tesco Lotus (Framed photograph)	2007 / Bronze	C10	T1	F2	A1

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
	 2018 The group was awarded in a local competition. When the winner is the group who will receive a trophy and certificate. The group is						

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
31		สสส. (Sign)	2007 / Bronze	C14	T1,T7	F1	A1

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
32		Attack	2007 / Finalist	C3	T1	F2	A1

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
33		Pedigree	2007 / Finalist	C3	T1	F2	A2

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
34		Bangkok Post	2007 / Finalist	C12	T1, T7	F3	A1
35		Prostheses	2007 / Finalist	C14	T7	F3	A2

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
36	 HUGE STORAGE THUMB DRIVE SanDisk	Sandisk	2007 / Gold	C5	T1, T2	F2	A1

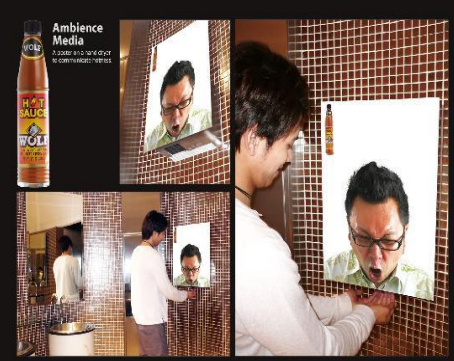
ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
37		สินมั่นคง	2007 / Bronze	C8	T1, T4	F3	A1
38		Health Land	2008 / Bronze	C7	T1, T7	F2	A1

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
39	Ambience Media : Wash United Car Care  	Wash United car care	2008 / Bronze	C8	T1	F2	A1
40	Mc Hot Delivery  	MC Donald's (Delivery)	2008 / Bronze	C10	T4, T5	F2	A1

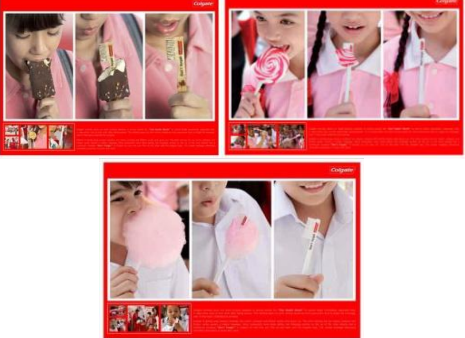
ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
41		Clima (จักรยาน)	2008 / Silver	C8	T1, T2	F2	A1

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
42		สสส. (โด่ง)	2008 / Silver	C14	T3, T8	F2	A2
43		Sponsor	2009 / Bronze	C1	T1	F3	A1

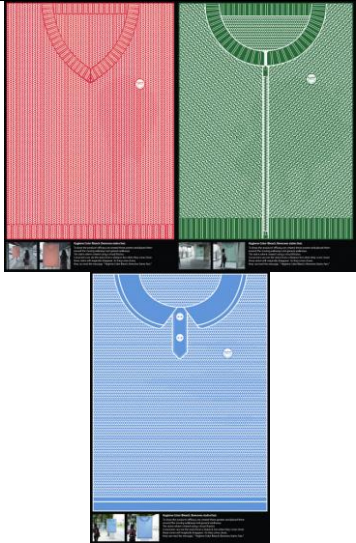
ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
44		VISA	2009 / Bronze	C9	T1	F3	A1

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
45		Wolf	2009 / Finalist	C2	T1	F2	A1

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
46		Scotch Brite	2009 / Finalist	C3	T2	F2	A1

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
47		Heineken (Stadium)	2009 / Gold	C1	T3	F1	A2
48		Colgate (Toothbrush)	2009 / Silver	C7	T7	F2	A1

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
49		MC Donald's (24 ชม.)	2009 / Silver	C10	T1, T4	F2	A1
50		ช้าง (ไฮดา)	2010 / Bronze	C1	T1, T4	F3	A1

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
51		Hygiene	2010 / Bronze	C3	T1, T4	F3	A1

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
52		มูลนิธิเพื่อนหญิง	2010 / Bronze	C14	T7, T8	F1	A2

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
53		สสส. (Quit for yourself)	2010 / Bronze	C14	T1	F2	A2

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
56		Clear	2011 / Bronze	C7	T5, T7	F2	A1

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
57		Naturegift	2011 / Bronze	C7	T1, T2, T4	F2	A1

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
59		Clean+	2011 / Finalist	C3	T1	F3	A1

ลำดับที่	ชิ้นงานโฆษณาสินค้าและบริการ	ชื่อสินค้าและบริการ	ปีที่ส่งประกวด / รางวัล	ประเภทของสินค้าและบริการ	เทคนิคการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	ลักษณะการทำสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ	สิ่งจูงใจในการโฆษณาในสื่อโฆษณาแฝงในบรรยากาศ
62		Wash mania Carwash	2011 / Silver	C8	T1, T7	F2	A1