



## รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ขั้นตอนการออกแบบและผลิตสื่อโฆษณาออนไลน์ ของร้านไทยยงวัสดุก่อสร้าง  
โดย บริษัท เทเลอินโฟมีเดีย จำกัด (มหาชน) ปี พ.ศ.2561

โดย

นางสาว นัฐศิมา พงษ์พฤกษา รหัสนักศึกษา 5804600227

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชา 143-491 สหกิจศึกษา

ภาควิชาการโฆษณา

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษา 3 ปีการศึกษา 2560

หัวข้อรายงาน : ขั้นตอนการออกแบบและผลิตสื่อโฆษณาออนไลน์

ของร้านไทยยงวัสดุก่อสร้าง โดย บริษัท เทเลอินโฟมีเดีย จำกัด (มหาชน) ปี พ.ศ.2561

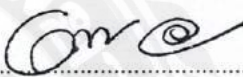
รายชื่อผู้จัดทำ : นางสาวรัฐสิมา พงษ์พฤกษา

ภาควิชา : ภาควิชาโฆษณา

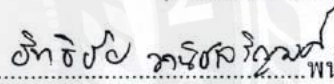
อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์

อนุมัติให้รายงานฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาภาควิชาการโฆษณา  
ประจำภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2560

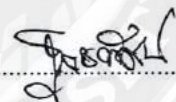
คณะกรรมการการสอบรายงาน

.....อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์)

.....พนักงานที่ปรึกษา

(คุณอิทธิชัย วานิชเจริญวงศ์)

.....ประธานกรรมการ

(อาจารย์ฐานทัศน์ ชมพูนุท)

.....ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มารุจ ลิมปะวัฒนะ)

ชื่อรายงาน : ขั้นตอนการออกแบบและผลิตสื่อโฆษณาออนไลน์ของร้านไทยยงวัสดุก่อสร้าง  
โดย บริษัท เทเลอิน โฟมีเดีย จำกัด (มหาชน) ปี พ.ศ.2561

ชื่อนักศึกษา : นางสาว นัฐศิมา พงษ์พุกษา

อาจารย์ที่ปรึกษา: อาจารย์เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์

ระดับการศึกษา : ปริญญาตรี

ภาควิชา : การโฆษณา

คณะ : นิเทศศาสตร์

ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา : 3 /2560

### บทคัดย่อ

รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาเรื่อง “ ขั้นตอนการออกแบบและผลิตสื่อโฆษณาออนไลน์ ของร้านไทยยงวัสดุก่อสร้าง โดย บริษัท เทเลอิน โฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน) ปีพ.ศ.2561 ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการออกแบบสื่อโฆษณาออนไลน์ของ บริษัท เทเลอิน โฟมีเดีย จำกัด (มหาชน) คือ การรับบริฟจากฝ่ายขาย (Account Executive) มาออกแบบและผลิตสื่อโฆษณาออนไลน์ รวมถึงได้เรียนรู้ขั้นตอนการผลิตสื่อโฆษณาออนไลน์ที่เป็นในรูปแบบของเว็บไซต์

บริษัท เทเลอิน โฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน) เป็นเจ้าของสมุดหน้าเหลือง Thailand YellowPages แต่ปัจจุบันได้ยกเลิกการจัดพิมพ์มาเป็นรูปแบบออนไลน์ จากการทำไปปฏิบัติงานสหกิจศึกษาที่ บริษัท เทเลอิน โฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน) ผู้จัดทำได้ปฏิบัติงานแผนก ออนไลน์มีเดียเซลล์ (Online Media -Sales) ตำแหน่งกราฟิกดีไซน์เนอร์ (Graphic Designer) รับผิดชอบเกี่ยวกับการออกแบบแบนเนอร์เว็บไซต์ และลายน้ำให้กับแคตตาล็อกออนไลน์ของสินค้า คิดรูปแบบงานตามความพึงพอใจของลูกค้า

ผลจากการปฏิบัติงานจริงในรูปแบบของกราฟิกดีไซน์เนอร์ ปัญหาที่พบ คือ ใช้เวลาในการออกแบบชิ้นงานนานเกินไป เพราะขาดประสบการณ์ทำงานจริง จึงได้ปรับปรุงการทำงาน ออกแบบให้เร็วขึ้นกว่าปกติ

สิ่งที่ได้รับจากการปฏิบัติงานนั้นได้ประโยชน์ดังนี้ 1. ได้ปฏิบัติงานจริงในรูปแบบกราฟิกดีไซน์เนอร์ (Graphic Designer) 2. ได้รับคำแนะนำในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าจากบุคลากรที่เชี่ยวชาญ 3. ได้ประสบการณ์ตรงด้านการทำงานร่วมกันกับผู้อื่นภายในองค์กร

คำสำคัญ : สื่อโฆษณาออนไลน์ , การออกแบบ

**Project Title** : The Process of Advertising Media Production of  
Teleinfo Media Public Company Ltd.

**Credits By** : Ms.Nutsima Pongpuksa

**Advisor** : Mr.Ekkasit Auychaiwat

**Degree** : Bachelor of Communication Arts

**Major** : Advertising

**Faculty** : Communication Arts

**Semester / Academic year:** 3/2017

### Abstract

This study investigates the process of advertising media production of Teleinfo Media Public Company Ltd. It aims to study the media production of the company in order to produce proper online advertising content. The student was assigned to work in the department of online media sales as a graphic designer. Main responsibility was to design banner for website and initiate project according to the customer's orders. The results found that it is time consuming to accomplish the works successfully. Therefore, the specific knowledge for this work is very important. At the end, student can learn more about working as a team and is able to solve the problems that are very helpful for future career.

**Keywords** : Advertising, Media Production

Approved by  
.....

## กิตติกรรมประกาศ

การที่ผู้ศึกษาได้มาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน) ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2561 ถึงวันศุกร์ที่ 31 สิงหาคม พ.ศ. 2561 ส่งผลให้ผู้ศึกษาได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆ ที่มีค่ามากมาย สำหรับรายงานสหกิจศึกษาลงฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดีจากความร่วมมือจากและสนับสนุนจากหลายฝ่าย ดังนี้

1. นายอิทธิชัย วานิชเจริญวงศ์ Online Media Sales Director / พนักงานที่ปรึกษา
2. อุทุมพร วงษ์จำปา Online Media Sales Manager
3. จิราภา โถทอง Online Media Sales Executive
4. อาจารย์เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์ อาจารย์ที่ปรึกษา

และบุคคลท่านอื่นๆที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่าน ที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือในการจัดทำรายงาน

ข้าพเจ้าใคร่ขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ตลอดจนให้การดูแลและให้ความเข้าใจกับชีวิตของการทำงานจริงซึ่งข้าพเจ้าขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้จัดทำรายงาน

นางสาวนัฐศิมา พงษ์พุกษา

31 เดือน สิงหาคม ปี 2561

# สารบัญ

หน้า

จดหมายนำส่งรายงาน .....	ก
กิตติกรรมประกาศ .....	ข
บทคัดย่อ .....	ค
Abstract.....	ง
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญ .....	1-2
1.2 วัตถุประสงค์ .....	2
1.3 ขอบเขตของรายงาน.....	2
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ .....	2
บทที่ 2 การทบทวนเอกสาร/วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
2.1 สื่อโฆษณาออนไลน์ คืออะไร .....	3-5
2.2 ประเภทของเว็บไซต์ .....	6
2.3 หลักการออกแบบกราฟิก .....	6-12
2.4 หลักการสร้างงานกราฟิก.....	12
2.5 แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับการออกแบบ.....	13
2.6 องค์ประกอบของการออกแบบภาพโฆษณา.....	13-14
บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน	
3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ.....	15-17
3.2 ประวัติความเป็นมาของสถานประกอบการและการให้บริการหลักขององค์กร .....	18-22
3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารงานขององค์กร .....	23-25
3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย .....	26

บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน (ต่อ)	
3.5 ชื่อตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา.....	26
3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน .....	26
3.7 รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	27-29
3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้.....	29
บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงาน	
4.1 ขั้นตอนการรับรีฟจากฝ่ายขาย (Account Executive) .....	30
4.2 ขั้นตอนการออกแบบ.....	31-38
4.3 ขั้นตอนการส่งชิ้นงาน.....	38
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา .....	39-40
5.2 ข้อเสนอแนะการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา .....	40
บรรณานุกรม.....	41
ภาคผนวก รูปภาพการปฏิบัติงานอื่นๆ .....	42-51
ประวัติผู้จัดทำ .....	52

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญ

ในยุคปัจจุบันเทคโนโลยีได้เข้าถึงผู้คนทุกเพศทุกวัย ตั้งแต่เด็กยันผู้สูงอายุ ทำให้การใช้อินเทอร์เน็ตนั้นเข้าถึงง่ายสำหรับทุกคน อยากรู้อะไรก็สามารถใช้อินเทอร์เน็ตเสิร์จหาสินค้าได้ใน Google คนในยุคนี้ส่วนใหญ่จึงชอบใช้ Google เสิร์จหาสินค้าและบริการใกล้ตัว ทำให้หลายๆแบรนด์ล้วนสนใจในการเริ่มทำโฆษณาออนไลน์มากขึ้น แลธุรกิจที่มักมีการโฆษณาอยู่ทั่วไปเรามักจะเห็นเป็นสินค้าประเภทอุปโภคบริโภค สินค้าที่ผู้บริโภคซื้อไปเพื่อใช้เองเป็นส่วนใหญ่ เช่น ของกินของใช้ประจำวัน เครื่องสำอาง เสื้อผ้า ที่ปัก เป็นต้น จึงทำให้เกิด wongnai, shopee, traveloka เป็นต้น แต่สินค้านั้นไม่ได้มีแค่นั้น นอกจากสินค้าอุปโภคบริโภคแล้วก็ยังมีสินค้าอีกประเภทหนึ่ง คือ สินค้าอุตสาหกรรม เป็นสินค้าที่ช่วยในการผลิต ซื้อไปใช้ในกระบวนการผลิต แล้วได้สินค้าสำเร็จรูปออกมา หรือสินค้าสนับสนุนการผลิตสินค้าให้สะดวกคล่องตัว เช่น เครื่องจักร อะไหล่เครื่องจักร วัตถุดิบ ส่วนประกอบที่ใช้ในการผลิตสินค้าเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการต่างๆที่กล่าวไว้ข้างต้น เป็นสินค้าประเภทที่ไม่ต้องใช้อารมณ์ในการตัดสินใจซื้อแบบสินค้าประเภทอุปโภคบริโภค ทำให้การโฆษณาสื่ออื่นๆ แทบไม่จำเป็น และถึงใช้การโฆษณาตามสื่อก็ไม่ได้มีความสำคัญกับยอดขายเลย เพราะลูกค้าคือเจ้าของธุรกิจ เจ้าของโรงงาน ที่ต้องการสินค้าประเภทนี้เพื่อไปสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการต่างๆ ตอบสนองกลุ่มเป้าหมาย

ในอดีตมีสิ่งนี้ที่ช่วยให้การซื้อสินค้าอุตสาหกรรมสะดวกขึ้น ‘สมุดหน้าเหลือง (Thailand YellowPages)’ แต่ที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นว่ายุคนี้การใช้อินเทอร์เน็ตนั้นเข้าถึงง่ายสำหรับทุกคน นิยมเสิร์จหาสินค้ามากกว่า ทำให้ ‘สมุดหน้าเหลือง’ ได้ยกเลิกการผลิตไป ทำให้เกิดเว็บ ‘www.yellowpages.co.th’ มาแทนที่แบบหนังสือเล่มหนา นอกเหนือจากร้านจำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรมแล้ว ปัจจุบันก็ยังมีร้านสินค้าประเภทขายส่ง ร้านอาหาร คลินิก และอีกหลายร้านร้านค้ามาเริ่มทำการโฆษณา ด้วยความไม่หยุดพัฒนาเว็บได้เติบโต กลายเป็นเว็บอันดับหนึ่งการันตีด้วยรางวัล ‘เว็บไซต์ธุรกิจที่มีผู้ใช้งานมากที่สุด’ 3 ปีซ้อน

จากที่ได้มาศึกษางานผลิตสื่อโฆษณาออนไลน์ในแผนก Online media sales ในส่วนการบริการ Thailand Yellowpages ของ บริษัท เทเลอินโฟมีเดีย จำกัด (มหาชน) เพื่อศึกษาถึงการออกแบบงานสื่อโฆษณาออนไลน์ในรูปแบบของเว็บไซต์ การคิดคำโฆษณา การจัดวางองค์ประกอบการให้เหมาะสมกับประเภทของสินค้า การออกแบบงานโฆษณาออนไลน์กับมืออาชีพที่ชำนาญในด้านนี้โดยตรง การรับบริฟจากฝ่ายขาย (Account Executive) ทำให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ในด้านความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบด้าน



ใหม่ๆที่ไม่เคยได้ศึกษา จากประสบการณ์การสอนงานจริงของมืออาชีพ ทำให้เข้าใจการทำงานจริง ผลงานที่ออกมาจึงตอบโจทย์ความพึงพอใจของลูกค้า

## 1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อเรียนรู้ขั้นตอนการผลิตสื่อโฆษณาออนไลน์ที่เป็นในรูปแบบของเว็บไซต์ (website) ของ บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษารูปแบบในการออกแบบสื่อโฆษณาออนไลน์ของ บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน)

## 1.3 ขอบเขตของรายงาน

การศึกษาขั้นตอนการผลิตสื่อโฆษณาออนไลน์ของ บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน) เพื่อศึกษาด้านการออกแบบสื่อโฆษณาออนไลน์ให้เหมาะสมกับตัวสินค้าหรือบริการ

โดยขอบเขตการศึกษาอยู่ระหว่างวันที่ 14 พฤษภาคม - 31 สิงหาคม 2561 ศึกษาเกี่ยวกับขั้นตอนการออกแบบ การคิด Mood & Tone ของสื่อโฆษณาออนไลน์ให้เหมาะสม ช่วยเสริมความโดดเด่นของสินค้า ตอบโจทย์ตามการรับฟังงาน การคิดคำโฆษณาให้ดึงดูด และสื่อถึงภาพรวมของธุรกิจนั้นได้ ทำอย่างไรถึงจะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และรวบรวมเนื้อหาของงานมาทำรายงานสหกิจ

## 1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้ศึกษาและเรียนรู้การขั้นตอนการคิดคำโฆษณา การออกแบบจัดวางองค์ประกอบที่เหมาะสมกับตัวสินค้าของ บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน)
2. ได้ศึกษาขั้นตอนการรับฟังงานจากฝ่ายขาย (Account Executive) ของ บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน)
3. ได้เรียนรู้ขั้นตอนการผลิตสื่อโฆษณาออนไลน์ในรูปแบบของเว็บไซต์ (Website) ของ บริษัท เทเลอินโฟมีเดีย จำกัด (มหาชน)
4. ได้ความรู้มาพัฒนาด้านกราฟิกดีไซน์เพิ่มเติมจากการศึกษาในชั้นเรียน

## บทที่ 2

### การทบทวนเอกสาร/วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

รายงานผลการดำเนินงานสหกิจศึกษาเรื่อง “ขั้นตอนการออกแบบและผลิตสื่อโฆษณาออนไลน์ของร้านไทยยงวัสดุก่อสร้าง โดย บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน) ปีพ.ศ.2561 ” มุ่งศึกษาในขั้นตอนการผลิตและออกแบบสื่อโฆษณาออนไลน์ในรูปแบบเว็บไซต์ การใช้กราฟิกมาออกแบบ การจัดวางองค์ประกอบของภาพให้เหมาะสมและตกแต่งรูปภาพ ในการทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้ศึกษาในเรื่องต่อไปนี้

#### 2.1 สื่อโฆษณาออนไลน์ คืออะไร

##### 2.1.1 สื่อโฆษณาออนไลน์ มีอะไรบ้าง

#### 2.2 ประเภทของเว็บไซต์

#### 2.3 หลักการออกแบบกราฟิก (THE PRINCIPLE OF GRAPHIC DESIGN)

##### 2.3.1 ความสำคัญของการออกแบบ

##### 2.3.2 องค์ประกอบในการออกแบบ ( DESIGN ELEMENTS )

##### 2.3.3 การจัดองค์ประกอบ ( COMPOSITION )

#### 2.4 หลักการสร้างงานกราฟิก

#### 2.5 แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับการออกแบบ

#### 2.6 องค์ประกอบของการออกแบบภาพโฆษณา

#### 2.1 สื่อโฆษณาออนไลน์ คือ

สื่อที่แพร่หลายและเป็นสื่อที่รวดเร็วผ่านสังคมออนไลน์ที่ขยายใหญ่ขึ้น และเติบโตอย่างไม่หยุดนิ่ง ยุคนี้ได้นิยามไว้ว่า การหยุดอยู่กับที่คือการเดินถอยหลัง นั่นเอง หลายๆ แปรนดจ์จึงพยายามพัฒนาสินค้าของตัวเองและหาเทคนิคการทำการตลาดแบบใหม่ๆ ที่สามารถดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาซื้อสินค้าของตนเองได้ และหนึ่งในนั้นคือการใช้ สื่อโฆษณาออนไลน์ การทำการตลาดผ่านอินเทอร์เน็ตคือการทำให้คนนับล้านคนที่เชื่อมต่อกันเห็นสินค้าบริการของคุณมากขึ้นและหนึ่งในนั้นคือกลุ่มเป้าหมายของคุณ อาจจะแค่ 1-5% เท่านั้นซึ่งดูแล้วไม่มากมายอะไร แต่ถ้าเทียบกับจำนวนคนที่เล่นอินเทอร์เน็ตจริงๆ ถือว่าสูงและเป็นที่น่าทำการตลาดอย่างยิ่ง

จุดเด่นของ สื่อโฆษณาออนไลน์ คือมีต้นทุนที่ถูกลงกว่า ไม่ต้องหาพนักงาน ไม่ต้องเสียค่าเช่าที่ ไม่ต้องเช่าหน้าร้านตลอด 24 ชม ดังนั้นต้นทุนในการขายสินค้าจึงมาทุ่มอยู่ที่สื่อโฆษณาออนไลน์เป็น อย่างแรก

### 2.1.1 สื่อโฆษณาออนไลน์ มีอะไรบ้าง

#### 1. สื่อโฆษณาออนไลน์แบบ display ads

คือสื่อโฆษณาที่น่าสนใจรูปแบบหนึ่ง เพราะมีทั้งรูปภาพ วิดีโอ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เหมาะกับการทำโฆษณาแบบ cpm เพราะกระตุ้นการคลิกได้ดีกว่าทางอื่น

#### 2. สื่อโฆษณาออนไลน์แบบ mobile ads

การทำการตลาดแนวนี้มีแนวโน้มดีขึ้นเรื่อยๆ เพราะ smartphone คือสิ่งที่อยู่กับเจ้าของตลอดเวลา ดังนั้นสินค้าของคุณก็จะปรากฏมากขึ้นผ่านมือถือ

#### 3. สื่อโฆษณาออนไลน์แบบ Google search



ภาพประกอบที่ 2.1

การค้นหา คือ สิ่งหนึ่งที่มาพร้อมกับการเติบโตของเว็บไซต์ที่มากขึ้น ดังนั้นห้องสมุดออนไลน์ขนาดใหญ่จำเป็นต้องพึ่งเครื่องมือในการค้นหาอย่าง search engine เช่น google,yahoo,bing เป็นต้น และเป็นช่องทางในการทำการตลาดบนหน้าแรกของ Google ที่มีทั้งแบบ pay per click ที่เรียกว่า Google AdWords และบริการรับทำ SEO ที่ง่าย และถูกกว่าการลงโฆษณา AdWords ซึ่งสามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายได้มากแต่ต้องมีการลงทุนนิดหน่อย

#### 4. สื่อโฆษณาออนไลน์แบบ direct mail

อีเมลล์คือสิ่งที่เราทุกคนต้องมีเพื่อรับส่งข้อมูลแบบออนไลน์ และการทำการตลาดด้านนี้ช่วยประหยัดต้นทุนได้มากกว่าด้านอื่นๆ

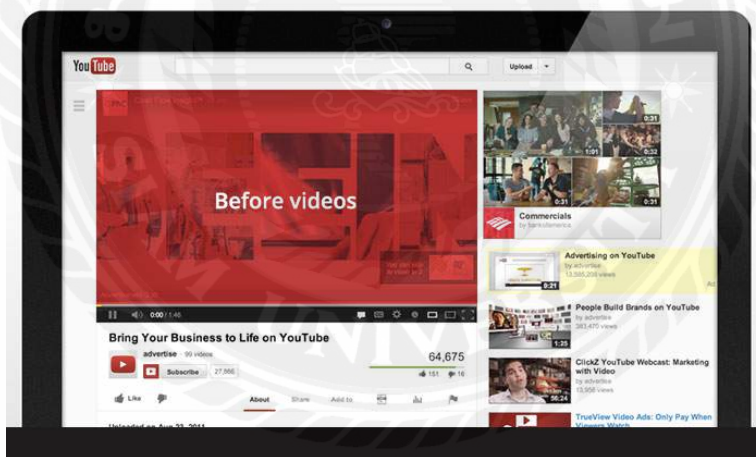
#### 5. สื่อโฆษณาออนไลน์แบบ viral marketing

การทำการตลาดด้านนี้คือการสร้างกระแสด้านใดด้านหนึ่ง และมีการบอกต่อ อาจจะเป็นแบบปากต่อปาก หรือการแชร์ การ like ซึ่งสร้างความนิยมผ่าน viral marketing ได้รวดเร็วมาก

#### 6. สื่อโฆษณาออนไลน์แบบ social media

สื่อโฆษณาออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากอันดับหนึ่งคือ facebook และยังคงแรงต่อเนื่อง ดังนั้นคุณจึงไม่ควรมองข้ามการทำการตลาดในด้านนี้ เด็ดขาด

#### 7. สื่อโฆษณาออนไลน์บน Youtube



ภาพประกอบที่ 2.2

เป็นการทำการตลาดออนไลน์ ที่สนใจอีกแบบหนึ่ง โดยโฆษณาบน Youtube ( รายละเอียด) จัดกิจกรรมหรือสร้างเนื้อหาวิดีโอ เชิญชวนขึ้นมา โปรโมทสินค้า โปรโมทแบรนด์ที่กำลังได้รับความนิยม

ในอนาคตอันใกล้นี้ สื่อโฆษณาออนไลน์จะเข้าสู่ยุคเว็บ 3.0 คือเนื้อหาข้อมูลที่สามารถค้นหาได้อย่างไม่จำกัดและเชื่อมโยงสัมพันธ์ ต่อยอดมาจากการตลาดยุค 2.0 ซึ่งผู้บริโภคเป็นคนสร้างเนื้อหาขึ้นมาเอง แต่ยังไม่มีการจัดระเบียบ ดังนั้นในอนาคตสิ่งที่จะได้จากโลกออนไลน์จะทำให้คุณเสพติดข้อมูลข่าวสารอย่างไม่รู้ตัว

## 2.2 ประเภทของเว็บไซต์

1. **เว็บไซต์แสดงตัว (Presence Website)** เปรียบเสมือนการยกเอางานโฆษณาจากสื่อชนิดอื่นๆ เช่น แผ่นพับ ป้ายประกาศทางหน้าหนังสือพิมพ์ หรือภาพนิ่งจากสื่อโทรทัศน์ ฯลฯ นำลงมาบรรจุไว้บนอินเทอร์เน็ต นับเป็นพัฒนาการขั้นเริ่มแรกของการใช้เว็บไซต์เพื่อการโฆษณา ซึ่งโดยทั่วไป ในเว็บไซต์ชนิดนี้มักมีส่วนประกอบที่สำคัญคือ หน้าหลักเรียกว่า “Homepage” และป้ายแถบโฆษณา หรือ “Banner” รวมทั้งประกาศเสริมเฉพาะกิจคือ “Pop-up” บางกรณีอาจมีช่องสำหรับให้คลิก เพื่อเชื่อมโยงไปสู่เว็บไซต์อื่นที่เกี่ยวข้อง และบรรดาเครือข่ายพันธมิตรด้วย

2. **เว็บไซต์ร้านค้า (On-line Store website)** เป็นเว็บไซต์ที่เปิดโอกาสให้ทำมาค้าขายผ่านอินเทอร์เน็ตได้ คล้ายกับจำลองตลาดจริงและอ้างอิงสถานการณ์พบปะระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย โดยส่วนใหญ่ มักมีรายละเอียดของผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ รวมทั้งการเปิดโอกาสให้ทดลองใช้ก่อนหรือมาตรการส่งเสริมการขายอย่างอื่น ซึ่งหากลูกค้าผู้ใดพร้อมตัดสินใจซื้อได้โดยทันที สามารถใช้วิธีการจ่ายชำระเงินผ่านบัตรเครดิตแล้วรับสินค้าหรือบริการนั้นต่อไป

3. **เว็บไซต์บริการเนื้อหา (Content service Website)** เว็บไซต์ชนิดนี้มีความสามารถในการให้บริการด้านสารสนเทศอย่างเต็มรูปแบบ เนื่องจากถูกออกแบบพัฒนาขึ้นมาเพื่อการรับส่งข่าวสารข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะตัวอย่างเช่น เนื้อหาจากหนังสือพิมพ์หรือหนังสือต่างประเทศ ผลงานเพลงและศิลปะการออกแบบลวดลายต่าง ๆ รวมทั้งบทวิเคราะห์เจาะลึกซึ่งมีความสำคัญมากเป็นพิเศษ ฯลฯ เว็บไซต์ดังกล่าวจึงขายเนื้อหาให้กับผู้ซื้อผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ได้ทันที

## 2.3 หลักการออกแบบกราฟิก (THE PRINCIPLE OF GRAPHIC DESIGN)

### 2.3.1 ความสำคัญของการออกแบบ

การออกแบบ มีอิทธิพลต่อการประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันของมนุษย์เรา เกี่ยวข้องกับ ทุกระดับอายุ ทุกเพศ ทุกอาชีพ ทุกคนมีความรักสวย รักงาม ดังสุภาษิตไทยที่ว่า " ใก่งามเพราะขน คนงามเพราะแต่ง " เช่น การแต่งกายที่แต่ละคนต่างล้วนเลือกสรรและเลือกอย่างรอบคอบให้เข้ากับบุคลิกและสรีระของตน เริ่มตั้งแต่ ลวดลาย สีเสื้อผ้าจะต้องกลมกลืนเข้ากัน มีผลต่อความสูง ความอ้วน เช่น คนตัวเตี้ยควรจะไม่ใส่เสื้อลายเส้นตรงแนวตั้งที่มีหลายเส้น ส่วนคนอ้วนควรเลือกลายเส้นตรงแนวตั้งที่มีสามสี่เส้น เน้นสีสดอยู่ส่วนที่เป็นแถบกลางตัว สีเข้มมีด้อยอยู่แถบข้างลำตัวทั้งสองข้าง เป็นต้น รวมไปถึงเครื่องประดับต่างๆ เช่น แหวน นาฬิกา สร้อยคอ เข็มกลัดติดเสื้อ จนถึงแว่นตา ต้องมีการออกแบบเพื่อให้ถูกใจเหมาะสมผู้ใช้ทั้งสิ้น ถ้ามองไปถึงเก้าอี้ที่นั่ง รูปทรงแบบใดเหมาะกับงานชนิดใด สถานที่ใด เช่น ใ้กับโต๊ะทำงานปกติ ใ้กับโต๊ะ

คอมพิวเตอร์ ติดตั้งบนรถแท็กซี่ รถโดยสาร รถไฟฟ้า หรือในโรงพยาบาล การเลือกซื้อรถยนต์ เกินกว่า 70 % เลือกที่รูปทรงและสีของรถ แม้แต่เมื่อยาที่เรากินรักษาโรค ยังต้องออกแบบให้มีสีน่ากิน เคลือบรสหวาน รูปทรงกลม มน กลืนง่าย เป็นต้น

มนุษย์เราให้ความสำคัญในด้านการออกแบบมาก จะเห็นได้ว่าการออกแบบศิลปะนั้นเป็นสิ่งที่ควบคู่อยู่กับความสุนทรีย์ของมนุษย์ตลอดมา

### 2.3.2 หลักการออกแบบกราฟิก

ก่อนที่จะทำงานออกแบบกราฟิกประเภทใดก็ตาม สิ่งแรกที่ต้องคำนึงถึงคือ การกำหนดจุดประสงค์ที่ชัดเจนของงาน เพราะช่องทาง รูปแบบและวิธีการ ของการนำเสนอมีมาก มีความรวดเร็ว ไร้ขอบเขต เช่น ใน เว็บไซต์ เครื่องขายอินเทอร์เน็ตต่างๆ ซึ่งต้องมีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงให้ทันเหตุการณ์ อาจจะทำให้เกิดความสับสน ยุ่งยากในการดำเนินงาน มีผลกระทบต่อการทำงาน เกิดความไม่เป็นระบบ มีการสูญเสียและสิ้นเปลืองโดยไม่จำเป็น ดังนั้นผู้ออกแบบจึงควรมีหลักการและข้อควรคำนึงก่อนการเริ่มงานเพื่อการแก้ปัญหาที่ถูกต้อง รัดกุมและวางแผนการดำเนินงานให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีตลอดจนจบกระบวนการ ไม่มีปัญหาและอุปสรรค หลักการดำเนินงานออกแบบกราฟิก

#### ▪ หลักการดำเนินงานและการวางแผนขั้นต้นของการออกแบบกราฟิกมีดังนี้

1. วัตถุประสงค์เพื่ออะไร ผู้ออกแบบต้องรู้ว่า จะบอกกล่าว เรื่องราวข่าวสารอะไรแก่ผู้รับรู้อย่างไร เช่น ทฤษฎีหรือหลักการ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ฯลฯ ผู้ออกแบบต้องรู้วิธีการนำเสนอ (Presentation) ที่ดีและเหมาะสมกับเรื่องราวเหล่านั้นว่ามีเป้าหมายของการออกแบบเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ใด เช่น เพื่อแนะนำ เผยแพร่ เพื่อให้ความรู้ หรือความบันเทิง เป็นต้น

2. กลุ่มเป้าหมายเป็นใคร แบ่งเป็นเพศ ชาย หญิง :: หรือบุคคลทั่วไป มีช่วงอายุเท่าใด นิสิตนักศึกษา หรือเฉพาะกลุ่มสนใจ ข่าวสารที่ให้มีระดับความยาก-ง่าย หรือมีความเป็นสากลหรือไม่ เฉพาะคนในประเทศหรือชาวต่างชาติ ซึ่งผู้ออกแบบจำเป็นต้องรู้และเข้าใจเพื่อวางแผน ดำเนินการกับข่าวสาร ออกแบบ และการนำเสนอให้ตรงจุดกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้ถูกต้อง

3. สิ่งที่ต้องการบอกคืออะไร หมายถึง วิธีการที่จะสื่อความหมายกับผู้รับรู้หรือกลุ่มเป้าหมาย และถ้าที่มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายไว้ล่วงหน้า ชัดเจนแล้วก็จะทำให้ผู้ออกแบบมีความสะดวกในการที่จะบอกหรือสื่อความหมายได้ง่ายขึ้น เช่น การเลือกใช้สัญลักษณ์ เครื่องหมาย และภาพประกอบต่าง ๆ สื่อแทนคำศัพท์ ข้อความที่เป็นนามธรรม ได้ตรงตามระดับความสามารถในการรับรู้ของผู้รับ จะช่วยทำให้เกิดความเข้าใจในความหมายของข่าวสารนั้น ๆ จำได้ในเวลาอันรวดเร็วและจดจำไว้ตลอดไป

4. นำเสนอข่าวสารด้วยสื่อใด แบบใด ผู้ออกแบบต้องมีความรู้เกี่ยวกับประเภทของสื่อ ศักยภาพของสื่อชนิดต่างๆ คำนี้ถึงการเลือกใช้สื่อในการนำเสนอข่าวสารเป็นรูปแบบใด จึงจะได้ผลดีมีความเหมาะสมกับข่าวสาร และผู้ออกแบบควรจะใช้วิธีการจัดการกับข่าวสารนั้น อย่างไร จึงจะสามารถโน้มน้าวจิตใจและสื่อความหมายต่อผู้รับได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด เช่น โปสเตอร์ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ

การออกแบบกราฟิก ส่วนใหญ่เป็นวิธีการที่เกี่ยวข้องกับการแสดงออกถึงการสื่อความหมายในลักษณะของตัวอักษรและภาพในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งเป็นการสื่อสารทางทัศนสัญลักษณ์ (Visual form) ดังนั้นในการออกแบบจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องมีการเรียนรู้เกี่ยวกับ การมองเห็นและจิตวิทยาที่เกี่ยวข้อง

### 2.3.2 องค์ประกอบในการออกแบบ ( DESIGN ELEMENTS )

**1. จุด (Point)** จะเป็นจุดที่ชี้ให้เห็น ตำแหน่งในที่ว่าง หรือที่ต่างๆ ไม่มีความกว้าง ความยาว ความลึก จุดให้ความรู้สึกคงที่ ไม่มีทิศทาง ไม่ครอบคลุมพื้นที่ จุดจะเกิดอยู่ในบริเวณต่างๆดังเช่น จุด A จุด B ดังภาพ

**2. เส้น (Line)** เส้นเกิดจากการนำจุดหลาย ๆ จุดมาเรียงต่อกัน หรือเกิดจากจุดเคลื่อนที่ เส้นทางที่จุดเคลื่อนที่ไปคือ เส้น มีความยาว ไม่มีความกว้างหรือความหนา การกำหนดทิศทางของเส้นให้อยู่ในแนวที่ต่างกัน จะให้ความรู้สึกที่ต่างกัน คมมันคง บางครั้งเคลื่อนไหว และเจริญงอกงาม เติบโต เช่น

- เส้นตั้ง (Vertical Line) ให้ความรู้สึกสูงสง่า แข็งแรง มั่นคง ถ้าสูงมาก ๆ ก็จะทำให้ความรู้สึกไม่ปลอดภัย แต่จะบอกความเติบโต ถ้านำมาประยุกต์ในการแต่งกาย โดยใส่เสื้อ สายแนวเส้นตั้งฉากแนวตั้ง จะช่วยให้ดูสูงขึ้น และถ้าออกแบบให้ดูผอมลง อาจใช้เพียง 2-3 เส้น
- เส้นนอน (Horizontal Line) ให้ความรู้สึกสงบ ราบเรียบ แน่นอน มั่นคง ปลอดภัย ความนิ่งพักผ่อนเป็นธรรมชาติ
- เส้นเฉียง (Oblique Line) ให้ความรู้สึกไม่มั่นคงไม่ปลอดภัย ตื่นเต้น สนุกสนานแสดงการเคลื่อนที่ไม่อยู่นิ่ง
- เส้นโค้ง (Curve) จะให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว นุ่มนวล อ่อนหวาน เชื่องช้า กระชับและเป็นอันหนึ่งอันเดียว
- เส้นกระจาย เป็นเส้นที่ออกจากจุดศูนย์กลางให้ความรู้สึก มีพลังกระปรี้กระเปร่า สร้างสรรค์เดินทางออกไปทุกทิศพร้อมๆกัน พองออก แฉกตัว
- เส้นลักษณะอื่นๆ เช่น เส้นหยัก เส้นประ เส้นจุดผสมเส้นประ ต่างก็ให้ความรู้แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่า จะนำไปประกอบกับรูปอะไร

**3. รูปทรง (FORM)** เกิดจากระนาบที่ปิดล้อมกันทำให้เกิดปริมาตร (Volume) มี 3 มิติ คือ ความกว้าง ความยาว และความสูง แบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ รูปทรงเรขาคณิตและรูปทรงธรรมชาติ

- รูปทรงเรขาคณิต ( Geometric Form ) เป็นรูปทรงที่มีด้านแต่ละด้านคล้ายกัน มีความสัมพันธ์กัน  
 อย่างเป็นระเบียบ มีแกนที่สมดุล มักจะประกอบด้วยเส้นตรงและเส้นโค้ง ที่มีแบบแผน ได้แก่

- รูปทรงธรรมชาติ ( Original Form) มักจะประกอบด้วยเส้นโค้ง (Curves) เส้นอิสระ ทั้งอยู่ในลักษณะสมดุลและไม่สมดุล รูปทรงธรรมชาติจะให้ความรู้สึกอ่อนไหว

- รูปทรงอิสระ (Free Form) รูปด้านแต่ละด้านมักจะไม่สัมพันธ์กัน ไม่มีความสมดุล ไม่เป็นระเบียบ ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหวได้ การเปลี่ยนแปลงรูปทรงเป็นการปรับเปลี่ยนเพื่อความลงตัว ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ หรือมีรูปทรงใหม่ในเชิงเพิ่ม ลดปริมาตร การแยกส่วน การเจาะทะลุ เป็นต้น

#### ■ เทคนิคการกลับพื้นภาพมีผลต่อสายตาผู้ดู

จากการออกแบบกลับพื้นภาพ ทำให้เกิดการสร้างสรรค์งาน เป็นสัญลักษณ์ (Logo) และเป็นที่ยอมรับ เพราะมีความแปลกใหม่ น่าสนใจ นอกจากนี้ยังมีผลของการมองเห็นว่า ภาพสีขาวที่อยู่ในพื้นสีดำ จะทำให้ดูโตขึ้น 10-15 % เทคนิคนี้นิยมนำไปใช้ทำตัวอักษรพาดหัวข่าวสำคัญในหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์

**ขนาด** คือ การเปรียบเทียบรูปร่างหรือรูปทรง การวัดสัดส่วน ระยะหรือขอบเขตของรูปร่างนั้นๆ สัดส่วน (Scale)

**สัดส่วน** คือ ความเหมาะสมของสิ่งของตั้งแต่ 2 สิ่งขึ้นไป มีความสัมพันธ์กัน การหาความสัมพันธ์ของขนาดและสัดส่วนในการออกแบบต้องคำนึงถึงขนาดและสัดส่วนของผู้ใช้และกิจกรรมภายในเป็นหลัก ในงานออกแบบโดยทั่วไป มีหลักเกี่ยวกับขนาดและสัดส่วนดังนี้

- ขนาดที่แตกต่างกัน จะให้ความรู้สึกขัดกัน (Contrast)
- ขนาดใกล้เคียงกัน ให้ความรู้สึกกลมกลืนกัน (Harmony)
- ความแตกต่างของขนาดทำให้เกิดความรู้สึกเคลื่อนไหว (Dynamic)

**วัสดุและพื้นผิว ( Material and Texture )**

**วัสดุ (Material)** คือ วัสดุดิบที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ โดยเลือกความเหมาะสม ตรงตามลักษณะของงาน ถ้าทำลงบนกระดาษวาดเขียน อาจเป็นรูปลวดลายต่างๆแบบทึบแสง ถ้าทำลงบนแผ่นโปรงใสก็ใช้รูปหรืออักษรลวดลายแบบสีโปรงแสง เป็นต้น

**พื้นผิว (Texture)** คือ ลักษณะเฉพาะ ที่เกิดจาก โครงสร้างของวัสดุ อาจนำวัสดุดิบหลาย ๆ อย่างมาสร้างให้เกิดพื้นผิวใหม่ หรือความรู้สึกในการแยก จำแนกความเรียบความขรุขระ ความแตกต่างของพื้นผิว



ในทางกราฟิก สามารถแยกออกได้ด้วยประสาทสัมผัส ทางตา เป็นส่วนใหญ่ พื้นผิวที่แตกต่างกันจะให้ความรู้สึกต่างกัน เช่น

**ผิวขรุขระ** ให้ความรู้สึกปลอดภัย มั่นคง แข็งแรง สาก สะดุด หยาบ ระคายเคือง ในบางสถานะทำให้ดูเล็กกว่า ความจริง เช่น ผิวขรุขระของกำแพงที่ก่อด้วยศิลาแลงหรือหิน กาบ จะดูแข็งแรงบีบบิ้น ในการสร้างงานกราฟิกลงบนกระดาษ เช่น รูปหลังคาบ้านลายตั้งกะสี กระเบื้องลอนแบบต่างๆ ผนังตึก ซึ่งลวดลายขรุขระ เหล่านี้จะนำมาจากแผ่นรูปลอก ซึ่งใน ปัจจุบันใช้ลวดลายสำเร็จรูปจากคอมพิวเตอร์

**ผิวเรียบมัน** ให้ความรู้สึกไม่มั่นคง ลื่น หูหระ วาบหวม สดใส แสงสะท้อน ในบางสถานะทำให้ดูใหญ่กว่าปกติ เช่น ผนังตึกที่ฉาบปูนเรียบหรืออาคารที่เป็นกระจกทั้งหลัง จะดูประบาง แวววาว ตัวอย่างงานกราฟิกที่ต้องการความเป็นมันวาว ที่ใช้เทคนิคแผ่นรูปลอกที่มีลายไล่โทนสำเร็จรูป

### 2.3.3 การจัดองค์ประกอบ (Composition)

**1. ความสมดุล (Balance)** คือ ความเท่ากันหรือเท่าเทียมกันทั้งสองข้าง แบ่งออกเป็น สมดุลแบบทั้ง

**2. ข้างเหมือนกัน (Symmetrical balance)** ทั้งซ้ายขวาเหมือนกัน การสมดุลแบบนี้จะทำให้ดูมั่นคงหนักแน่น ยุติธรรม เช่น งานราชการ โบวูดิบัตร ประกาศนียบัตร การถ่ายรูปติดบัตร เป็นต้น สมดุลแบบ 2 ข้างไม่เหมือนกัน (Asymmetrical balance) ด้านซ้ายและขวาจะไม่เหมือนกัน แต่มองดูแล้วเท่ากันด้วยน้ำหนักทางสายตา เช่น สมดุลด้วยน้ำหนักและขนาดของรูปทรง ด้วยจุดสนใจ ด้วยจำนวนด้วยความแตกต่างของรายละเอียด ด้วยค่าความเข้ม-จางของสี เป็นต้น

**3. การเน้นให้เกิดจุดเด่น (Emphasis)** ในการออกแบบจะประกอบด้วยจุดสำคัญหรือส่วนประธานในภาพ จุดรองลงมาหรือส่วนรองประธาน ส่วนประกอบหรือพวกรายละเอียดปลีกย่อย ต่างๆ หลักและวิธีในการใช้การเน้น

- เน้นด้วยการใช้หลักเรื่อง Contrast
- เน้นด้วยการประดับ
- เน้นด้วยการจัดกลุ่มในส่วนที่ต้องการเน้น
- เน้นด้วยการใช้สี
- เน้นด้วยขนาด
- เน้นด้วยการทำจตุรวมสายตา

**4. เอกภาพ (Unity)** ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เป็นกลุ่มเป็นก้อน โดยที่องค์ประกอบภายในต้องกลมกลืนกันมี 2 แบบ คือ

เอกภาพแบบหยุดนิ่ง (Static unity) โดยใช้รูปทรงเรขาคณิตทำให้เกิดลักษณะหนักแน่น

เอกภาพแบบเคลื่อนไหว (Dynamic unity) ใช้รูปทรงหรือรูปร่างแบบธรรมชาติทำให้เคลื่อนไหวสนุกสนาน

**5. ความกลมกลืน (Harmony)** การจัดองค์ประกอบที่ใกล้เคียงกันหรือคล้าย ๆ กันมาจัดภาพทำให้เกิดความนุ่มนวลกลมกลืนกันมี 3 แบบ คือ

5.1 กลมกลืนในด้านประโยชน์ใช้สอย คือ ทำให้เป็นชุดเดียวกัน

5.2 กลมกลืนในความหมาย เช่น การออกแบบเครื่องหมายการค้า & โลโก้

5.3 กลมกลืนในองค์ประกอบ ได้แก่

- กลมกลืนด้วยเส้น-ทิศทาง
- กลมกลืนด้วยรูปทรง-รูปร่าง
- กลมกลืนด้วยวัสดุ -พื้นผิว
- กลมกลืนด้วยสี มักใช้ทริสตีที่ใกล้กัน
- กลมกลืนด้วยขนาด-สัดส่วน
- กลมกลืนด้วยน้ำหนัก

**6. ความขัดแย้ง (Contrast)** การจัดองค์ประกอบให้เกิดความแตกต่างเพื่อดึงดูดความสนใจหรือให้เกิดความสนุกตื่นเต้น น่าสนใจ ลดความเรียบ น่าเบื่อ ให้ความรู้สึกฝืนใจ ขัดใจ แต่ชวนมอง

**7. จังหวะ (Rhythm)** จังหวะเกิดจากการต่อเนื่องกันหรือซ้ำซ้อนกัน จังหวะที่ดีทำให้ภาพดูสนุกเปรียบได้กับเสียงเพลงอันไพเราะ ในด้านการออกแบบแบ่ง จังหวะ เป็น 3 แบบ คือ

7.1 จังหวะแบบเหมือนกันซ้ำๆกัน เป็นการนำเอาองค์ประกอบหรือรูปที่เหมือน ๆ กัน มาจัดวางเรียงต่อกัน ทำให้ดูมีระเบียบ (Order) เป็นทางการ การออกแบบลายต่อเนื่อง เช่น ลายเหล็กคัต ลายกระเบื้องปูพื้นหรือผนัง ลายผ้า เป็นต้น

7.2 จังหวะสลับกันไปแบบคงที่ เป็นการนำองค์ประกอบหรือรูปที่ต่างกันมาวางสลับกันอย่างต่อเนื่อง เป็นชุด เป็นช่วง ให้ความรู้สึกเป็นระบบ สม่าเสมอ ความแน่นอน

7.3 จังหวะสลับกันไปแบบไม่คงที่ เป็นการนำองค์ประกอบหรือรูปที่ต่างกันมาวางสลับกันอย่างอิสระ ทั้งขนาด ทิศทาง ระยะห่าง ให้ความรู้สึกสนุกสนาน

7.4 จังหวะจากเล็กไปใหญ่หรือจากใหญ่ไปเล็ก เป็นการนำรูปที่เหมือนกัน มาเรียงต่อกัน แต่มีขนาดต่างกันโดยเรียงจากเล็กไปใหญ่หรือจากใหญ่ไปเล็กอย่างต่อเนื่อง หนึ่งทำให้ภาพมีความลึกลับ มีมิติ

**8. ความง่าย (Simplicity)** เป็นการจัดให้ดูโล่ง สบายตา ไม่ยุ่งยากซับซ้อนมีมโนทัศน์เดียว ลดการมีฉากหลังหรือภาพประกอบอื่น ๆ ที่ไม่จำเป็นหรือไม่เกี่ยวข้องออกไป เพราะการมีฉากหลังรกทำให้ภาพหลักไม่เด่น นิยมใช้ในการถ่ายภาพที่ปรับฉากหลังให้เบลอ เป็นภาพเกี่ยวกับดอกไม้ แมลง สัตว์ และบุคคลนางแบบ เป็นต้น

**9. ความลึก (Perspective)** ให้ภาพดูสมจริง คือ ภาพวัตถุใดอยู่ใกล้จะใหญ่ ถ้าวิ่งไกลออกไปจะมองเห็นเล็กลงตามลำดับ จนสุดสายตา ซึ่งมีมุมมองหลัก ๆ อยู่ 3 ลักษณะ คือ วัตถุอยู่สูงกว่าระดับตา วัตถุอยู่ในระดับสายตา และวัตถุอยู่ต่ำกว่าระดับสายตา

## 2.4 หลักการสร้างงานกราฟิก

### 1. การกำหนดพื้นหลังของภาพ

เป็นการกำหนดภาพ หรือสีพื้นหลัง โดยภาพหรือสีพื้นหลังที่ใช้นั้นควรมีโทนสีให้อารมณ์และสื่อความหมายได้ถูกต้องตามจุดประสงค์ของชิ้นงาน

### 2. การเลือกพื้นที่ภาพที่ใช้งาน

เป็นการตัด หรือคัดลอกบางส่วนของภาพต่างๆ ที่เราจะนำมาใช้ในชิ้นงานของเรา

### 3. การจัดวางภาพให้เหมาะสม

การนำภาพส่วนประกอบมารวมกันเป็นชิ้นงาน อาจมีบางภาพที่มีขนาดและมุมการจัดวางไม่ลงตัวเราก็สามารถขยาย หมุน และบิดภาพให้เข้ากัน

### 4. การใส่ข้อความ

เป็นการใส่ข้อความที่เป็นชื่อเรื่อง หรือคำบรรยายต่างๆ เข้าไปตกแต่งเพิ่มเติม

### 5. การนำภาพส่วนประกอบมาจัดซ้อนกัน

การนำภาพส่วนประกอบที่เลือกไว้มาทำการซ้อนกัน โดยบางส่วนอาจจะอยู่ด้านบน หรือด้านล่างตามจุดประสงค์ที่วางไว้

### 6. ตกแต่งทุกส่วนประกอบเข้ากันอย่างกลมกลืน

สุดท้ายจะพิจารณาภาพรวมชิ้นงานที่ได้ และปรับแต่งรายละเอียดของภาพประกอบแต่ละส่วนให้ดูกลมกลืนกัน เพื่อให้ได้ผลงานที่สวยงาม

## 2.5 แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับการออกแบบ

1. **คิดแบบค้นพบ (Discovery)** เป็นการคิดที่โอเดียใหม่ (Original Idea) หรือทฤษฎีใหม่ เช่น การค้นพบ ทฤษฎีแรงดึงดูดของโลกของ เซอร์ไอแซค นิวตัน หรือทฤษฎีสัมพัทธภาพของ จอห์น แนช ซึ่งเป็นเรื่องยากที่คนทั่วไป จะคิดได้

2. **คิดเชิงนวัตกรรม (Innovative)** เป็นการคิดประยุกต์ที่นำหลักการทางวิทยาศาสตร์มาผนวกให้เกิดคุณค่าใน การแก้ปัญหาที่มีอยู่ในปัจจุบัน เช่น การประดิษฐ์ทีวีขึ้นมา โดยนำหลักการเดินทางของคลื่นมาประยุกต์เป็นสิ่งประดิษฐ์

3. **คิดเชิงสังเคราะห์ใหม่ (Synthesis)** เป็นความคิดที่นำสิ่งที่มีอยู่เดิมมารวบรวม หรือ “ ยำ ” ให้เกิดความคิดที่สร้างเป็นสิ่งใหม่ขึ้นมา

4. **คิดแบบดัดแปลง (Mutation)** เป็นการนำปัญหาที่มีอยู่มาผนวกกับสิ่งที่มีอยู่ในปัจจุบันแล้วเกิดการปรับ เปลี่ยน คุณสมบัติของสิ่งที่มีอยู่ ไม่ว่าจะเปลี่ยนขนาด รูปร่าง รูปทรง เช่น ความคิดที่จะนำเครื่องคอมพิวเตอร์ที่บ้านมาพกติดตัว เลยปรับขนาดกลายมาเป็นพ็อกเก็ตพีซี (Pocket PC) ในปัจจุบัน ในการออกแบบกราฟิกนั้นจะต้องใช้ความคิดในข้อที่ 3 และข้อที่ 4 มากที่สุด โดยความคิดที่ว่านี้จะใช้ในการคิดและผลิตงานออกแบบออกมาอย่างเป็นขั้นเป็นตอน

## 2.6 องค์ประกอบของการออกแบบภาพโฆษณา

องค์ประกอบของการออกแบบภาพโฆษณาแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การจัดวางภาพ(Layout) และการออกแบบ (Design) ที่มีหลักในการออกแบบ

- กำหนดลำดับ (Impose Order) เพื่อให้จดจำและรับรู้ได้ง่าย
- ชี้นำสายตา (Guide the eye) ในประเทศทางตะวันตก ผู้อ่านมักจะอ่านจากบนลงล่าง จากซ้ายไปขวา ซึ่งเรียกกระบวนการนี้ว่า Gutenberg Diagonal ดังนั้นควรจัดวางให้ผู้อ่านดูได้ง่าย
- เน้นส่วนสำคัญ (Emphasize the important) ที่จะเน้นส่วนพาดหัวหรือภาพให้เป็นจุดเด่น
- สร้างเอกภาพ (Create Unity) องค์ประกอบต่างๆจะต้องเชื่อมโยงลงตัวเป็นหนึ่งเดียว สอดคล้องกับข้อความที่ต้องการสื่อไปยังผู้บริโภค
- จัดแนวองค์ประกอบ (Align elements) เพื่อสร้างความเป็นเอกภาพในชิ้นงานพาดหัว จะต้องนำไปสู่เนื้อหา ดังนั้นพาดหัวควรเป็นอยู่เหนือข้อความโฆษณาและภาพที่อยู่ในกลุ่มอื่นๆควรมีการจัดกลุ่ม

- จัดการกับพื้นที่ว่าง (Manage the white space) พื้นที่ว่างที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์อะไรสามารถใช้เป็นกรอบแยกองค์ประกอบที่ไม่ได้อยู่กลุ่มเดียวกันเป็น 2 กลุ่ม
- ใช้ความต่างสร้างจุดเด่น (Use contrast to stand out) ความต่างทำให้องค์ประกอบแยกจากกันและชี้ให้เห็นความสำคัญ
- คานน้ำหนักภาพ (Balance the visual weights) การวางภาพให้สมดุล ไม่ให้หนักไปด้านใดด้านหนึ่ง
- ใช้สัดส่วนที่น่าพอใจ (Use the pleasing proportions) การแบ่งส่วนที่เท่ากันจะทำให้ขาดความน่าสนใจเพราะดูเรียบเกินไป แต่ภาพ 2 ภาพที่มีขนาดเท่ากันจะแข่งกันดึงดูดความสนใจ
- ทำให้ดูง่าย (Simplify) หรือยิ่งน้อยยิ่งดี โดยทั่วไปยิ่งมีองค์ประกอบต่าง ๆ มากในการจัดวาง ภาพผลกระทบต่อผู้อ่านก็จะมีน้อยลง
- การใช้สี (Coloring) เพื่อดึงดูดความสนใจและสร้างความสมจริง
- การใช้ตัวอักษร (Typography) ว่าจะเลือกใช้ตัวใหญ่ ตัวหนาหรือแบบอักษรที่เหมาะสม



### บทที่ 3

#### 3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

##### 3.1.1 ชื่อสถานประกอบการ

บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน)

##### 3.1.2 ที่ตั้งสถานประกอบการ

เลขที่ 1126/2 อาคารวานิช 2 ชั้น 28 ห้องเลขที่ 2803, 2804

ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

โทร : 0-2262-8888

แฟกซ์ : 0-2262-8899

อีเมล : [customerservice@teleinfo.co.th](mailto:customerservice@teleinfo.co.th)

เว็บไซต์ : [www.teleinfo.co.th](http://www.teleinfo.co.th),

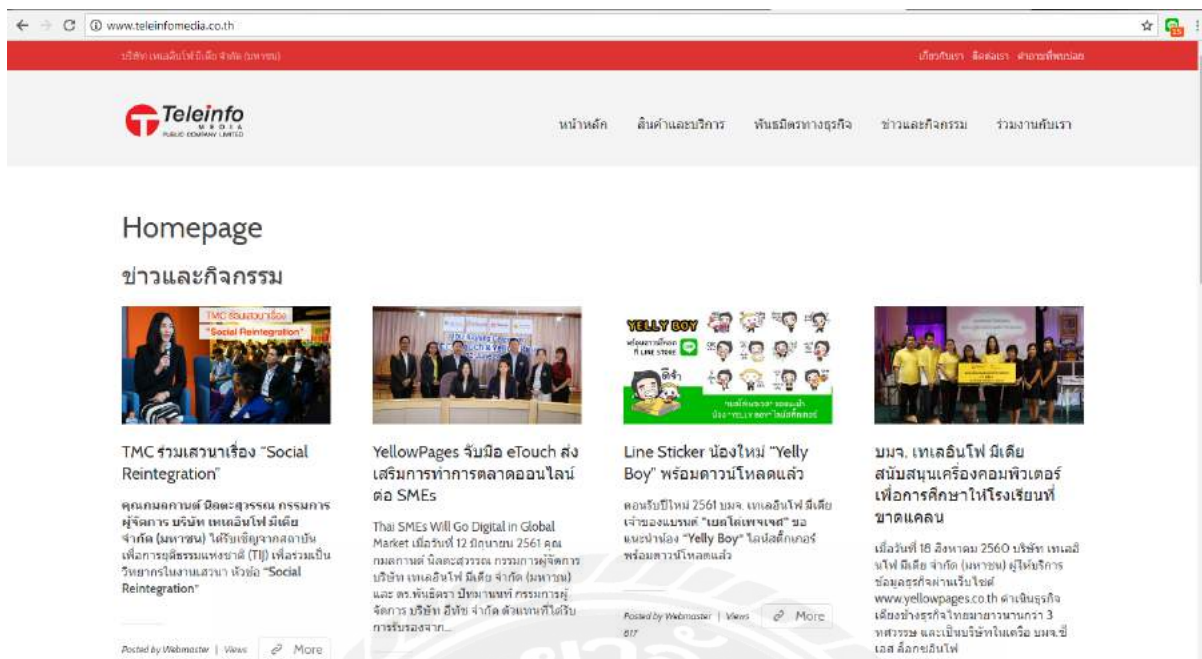
[www.yellowpages.co.th](http://www.yellowpages.co.th)



ภาพประกอบรูปที่ 3.1 ตราสัญลักษณ์ (Logo) บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน)



ภาพประกอบรูปที่ 3.2 แผนที่บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน)



ภาพประกอบรูปที่ 3.3 ช่องทางการติดต่อกับบริษัทผ่านเว็บไซต์



ภาพประกอบรูปที่ 3.4 ช่องทางการติดต่อผ่านแฟนเพจ Facebook

<https://www.facebook.com/ThailandYellowpages/>



ภาพประกอบรูปที่ 3.5 ช่องทางการติดต่อผ่าน Twitter

<https://twitter.com/yellowpagesTHAI>



ภาพประกอบรูปที่ 3.6 ช่องทางการติดต่อผ่าน Google Plus

<https://plus.google.com/+yellowpagesthailand>



### 3.2 ประสิทธิภาพเป็นมาของสถานประกอบการและการให้บริการหลักขององค์กร

บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน) ผู้นำสื่อธุรกิจครบวงจร เป็นผู้ดำเนินการจัดทำสมุดหน้าเหลือง Thailand YellowPages อย่างเป็นทางการมาตั้งแต่ปี 2534 ได้พัฒนาสื่อธุรกิจทุกรูปแบบให้เกิดบริการที่สะดวก รวดเร็วและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า จึงพัฒนาบริการให้ครอบคลุมทุกกลุ่มผู้ใช้งานยิ่งขึ้น ประกอบด้วย

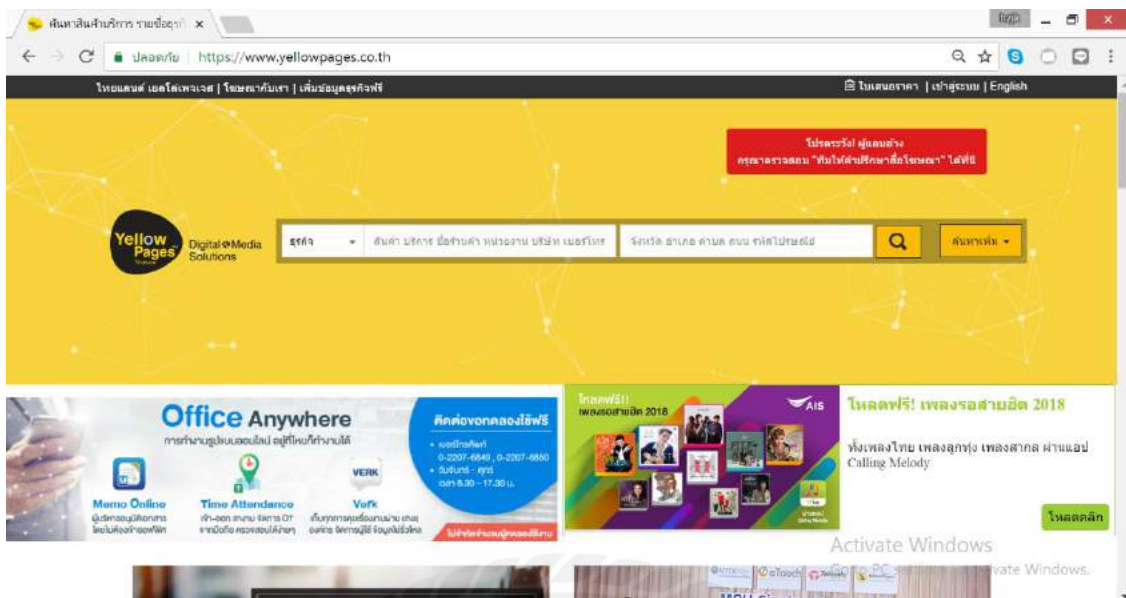
#### 1. บริการ 1188 Thailand YellowPages

ช่วยค้นหาหมายเลขโทรศัพท์ที่ต้องการ รวมทั้งให้ข้อมูลสินค้าและบริการ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ผ่านหมายเลข 1188 ช่วยให้การค้นหาเพียงปลายนิ้ว รวมถึง Thailand YellowPages Application สามารถตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ รองรับได้ทั้งระบบ iOS และ Android

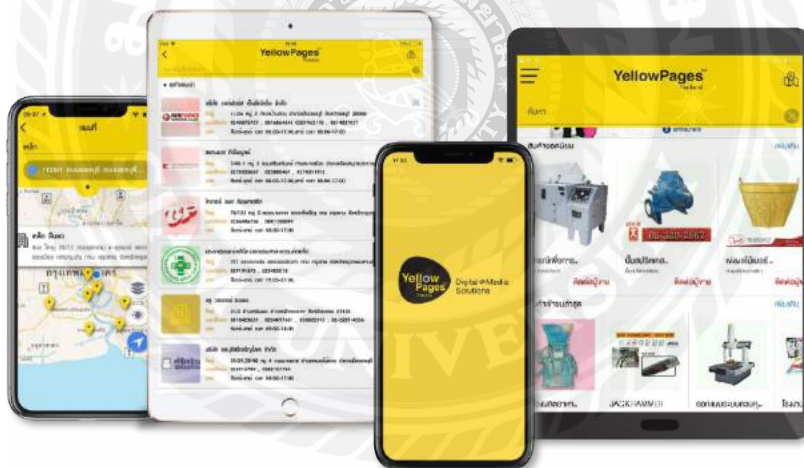
#### 2. บริการ [www.yellowpages.co.th](http://www.yellowpages.co.th)

เป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมหมายเลขโทรศัพท์ข้อมูลสินค้า และบริการกว่า 6 ล้านเลขหมายทั่วประเทศไทย รวมข้อมูลธุรกิจออนไลน์ที่ให้บริการทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ค้นหาข้อมูลสินค้าและบริการได้ทันที นอกจากนี้ยังสามารถค้นหาข้อมูลแผนที่ เว็บไซต์ และบุคคลได้อีกด้วย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ง่าย และเกิดความคุ้มค่าสูงสุด และยังมีบริการสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ อีก เช่น อร่อยคอกคอม, Factory Supply Guide, Builder & Construction Guide, Machine Spare Parts and Hardware Tools และ Thailand Plastic Industrial Guide ปัจจุบันมีผู้ใช้งานกว่า 4 ล้านคน เฉลี่ย 8 ล้านครั้งต่อเดือน ดังนั้น จึงเชื่อมั่นได้ว่าทุกบริการที่ได้รับการพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่งจากบริษัท คือ สิ่งที่ใช้และผู้ลงโฆษณาจะได้รับประโยชน์สูงสุด เพื่อก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ

การันตีด้วยรางวัล “เว็บไซต์ธุรกิจที่มีผู้ใช้งานมากที่สุด” 3 ปีซ้อน จาก Truehits.net ระบบให้บริการตรวจสอบสถิติการเยี่ยมชมเว็บไซต์ โดยสำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศภาครัฐ (สบทร.) ภายใต้ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ



ภาพประกอบรูปที่ 3.7 รูปแบบเว็บไซต์ Thailand Yellow Pages ในปัจจุบัน



ภาพประกอบรูปที่ 3.8 Thailand YellowPages Application

- วิสัยทัศน์

ทุกครั้งที่ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อสินค้าและบริการ “สมุดหน้าเหลือง” จะเข้ามาเป็นสื่อกลางในการซื้อขายอันดับแรกที่สามารถสนองตอบต่อความต้องการอันหลากหลาย

- ภารกิจ

เราจะพัฒนาบริการให้มีคุณภาพสูงสุดทุกช่องทาง “หน้าเหลือง” ของเราจะช่วยผู้บริโภคให้สามารถเข้าถึงผู้ขายในทุกโอกาส ทุกความต้องการ ณ ช่วงเวลาแห่งการตัดสินใจ

- ความเป็นมา

**ปี 2534**

บริษัท ชินวัตร ไคเร็คทอรีส์ จำกัด ก่อตั้งขึ้นเพื่อดำเนินการจัดพิมพ์ และแจกจ่ายสมุดโทรศัพท์หน้าขาว และ สมุดโทรศัพท์หน้าเหลืองทั่วประเทศ

**ปี 2539**

จัดทำซีดีหน้าขาวและซีดีหน้าเหลืองพร้อมทั้งขยายธุรกิจไปสู่การผลิตสื่อมัลติมีเดีย

**ปี 2541**

องค์กร โทรศัพท์แห่งประเทศไทยเข้าร่วมทุนกับบริษัท ชิน คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) พร้อมทั้งให้บริการข้อมูลอัตโนมัติเกี่ยวกับสินค้าและบริการผ่านทางโทรศัพท์และโทรสารด้วยระบบออดิโอเท็กซ์ (Audiotex) ในนาม “YellowTalk”

**ปี 2542**

เปลี่ยนชื่อจากบริษัท ชินวัตร ไคเร็คทอรีส์ จำกัด เป็นบริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด

**ปี 2543**

บริษัท สิงเทล เยลโล่ เพจเจส ไพรเวท ลิมิเต็ด (SingTel Yellow Pages Pte Ltd.) เข้าร่วมทุนกับ บริษัท ชิน คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และองค์กร โทรศัพท์แห่งประเทศไทย พร้อมทั้งให้บริการค้นหาหมายเลขโทรศัพท์ และข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า-บริการผ่านทางโทรศัพท์หมายเลข 1154 ในนาม “1154 Talking YellowPages” และบริการไคเร็ค-ทอรีส์ออนไลน์ในนาม [www.yellowpages.co.th](http://www.yellowpages.co.th)

**ปี 2544**

เปลี่ยนชื่อจากสมุดโทรศัพท์หน้าเหลืองเป็นสมุดหน้าเหลืองไทยแลนด์เยลโล่เพจเจส

**ปี 2546**

เปลี่ยนชื่อบริการ 1154 Talking YellowPages เป็น 1154 Yellow Plus พร้อมเพิ่มบริการ อาทิ เชื่อมต่อสายปลายทางบริการส่งหมายเลขโทรศัพท์กลับทางSMS

**ปี 2547**

บริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด(มหาชน) เข้าถือหุ้นแทนบริษัท ชิน คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน) และบริษัท สิงเทล เยลโล่ เพจเจส ไพรเวท ลิมิเต็ด (Singtel Yellow Pages Pte Ltd.)

**ปี 2548**

เปลี่ยนชื่อบริษัทจาก เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด เป็น เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน)

**ปี 2548**

เปลี่ยนชื่อบริการ 1154 Yellow Plus เป็น 1188 Thailand YellowPages อำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้ในการค้นหาเลขหมายโทรศัพท์ของธุรกิจ ร้านค้า และบุคคลทั่วประเทศกว่า 6 ล้านหมายเลข

**ปี 2550**

ขยายไปสู่กลุ่มธุรกิจกลุ่มใหม่ในจังหวัดสำคัญๆ โดยจัดพิมพ์ สมุดหน้าเหลืองฉบับบนนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ

**ปี 2551**

บริษัทฯ ได้ควบรวมบริษัท ชินนี่คอตคอม จำกัด (Shinee)

**ปี 2552**

บริษัทฯ ได้เปิดโครงการช่วงด่วน โทร 1188 เอลโลเพจเจส ตลอด 24 ชั่วโมง และเริ่มโครงการ Consumer & Online Competency เพื่อรองรับแนวโน้มตลาดออนไลน์ที่กำลังจะมาถึง

**ปี 2553**

บริษัทฯ สนับสนุนการขายผลิตภัณฑ์ด้านออนไลน์มากขึ้น [www.yellowpages.co.th](http://www.yellowpages.co.th)

**ปี 2554**

บริษัทฯ ขยายกลุ่มผู้บริโภคเพิ่มขึ้นในกลุ่มของ B2C โดยมีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เช่น วารสารอรร้อยคอตคอม

**ปี 2555**

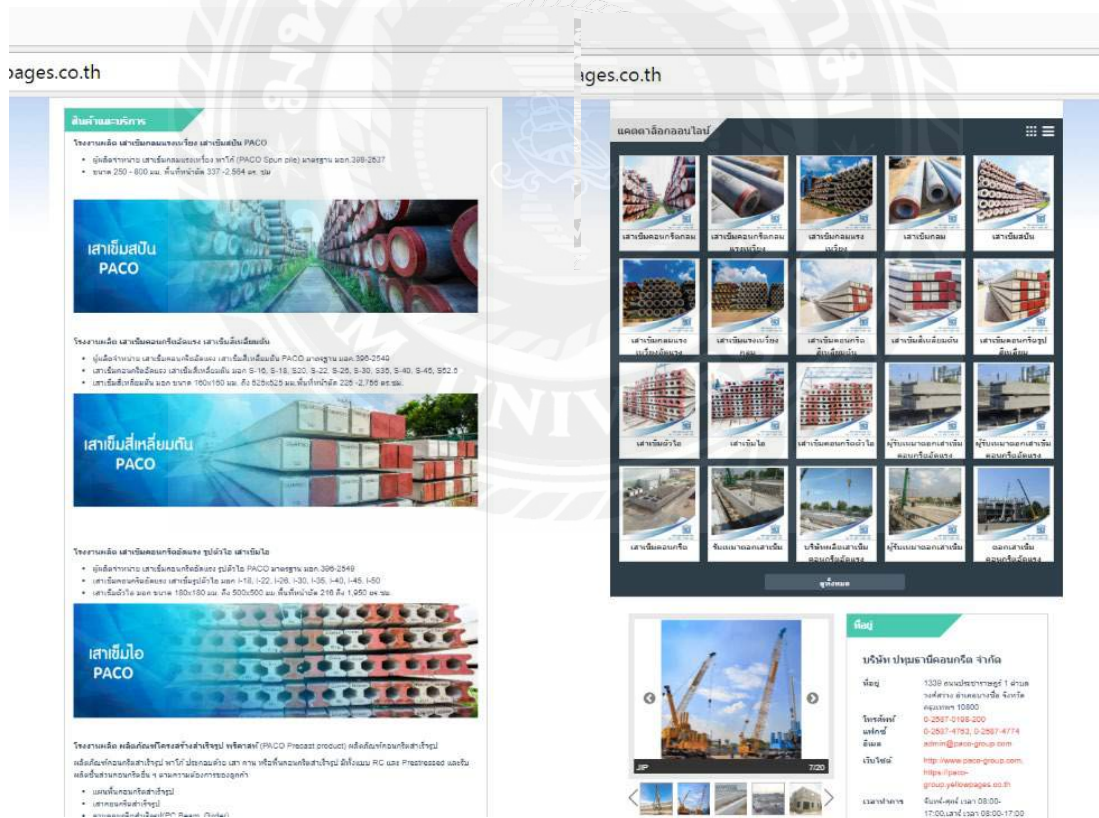
บริษัทฯ ขยายกลุ่มผู้บริโภคแบบเฉพาะด้านมากขึ้น เพื่อเจาะจงกลุ่มเป้าหมาย โดยมีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เช่น Factory Supply Guide และ Builde rGuide

**ปี 2556**

บริษัทฯ พัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคด้านการค้นหาข้อมูล อุตสาหกรรมเครื่องจักร ทั้งในโรงงานและงานก่อสร้าง โดยมีผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น Machine Part & Hardware Tools

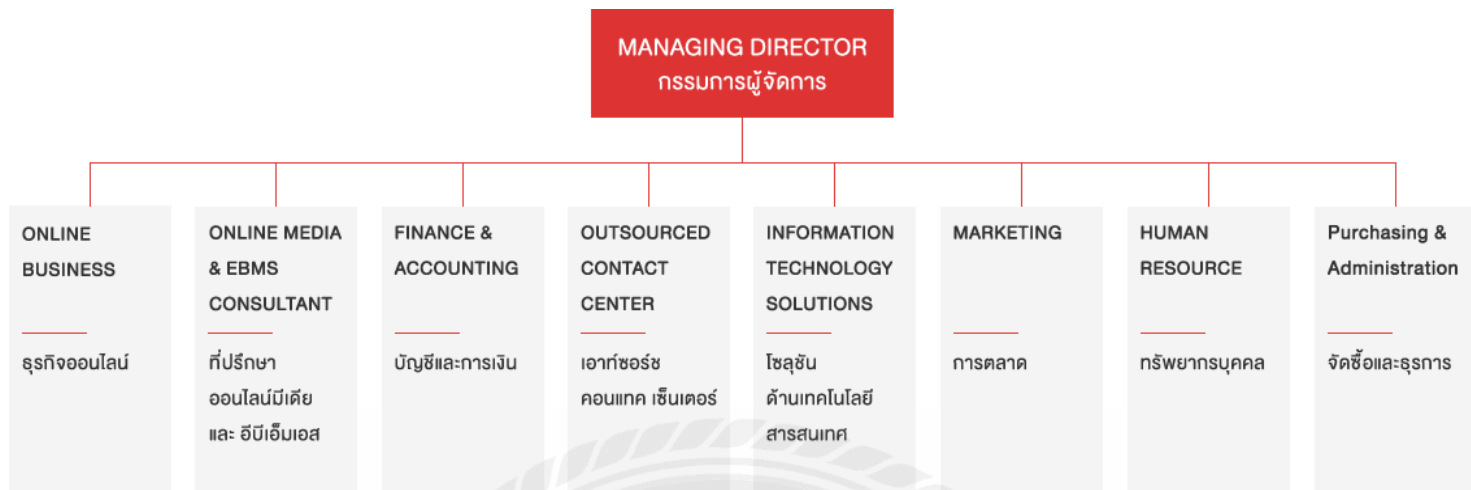


ภาพประกอบที่ 3.9 รูปแบบการให้บริการของเว็บไซต์



ภาพประกอบรูปที่ 3.10 รูปแบบการให้บริการของเว็บไซต์

### 3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารงานขององค์กร



ภาพประกอบรูปที่ 3.11 แผนภูมิการจัดองค์กรและการบริหารงาน บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน)

### คณะผู้บริหาร



ภาพประกอบรูปที่ 3.12 คณะผู้บริหาร บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย (มหาชน)

### ทีมให้คำปรึกษาสื่อโฆษณา



คุณวิทธีชัย วานิชเจตวงศ์  
Online Media Sales Director



คุณจันทนาญญ์ จันทน์เบญจ สิริธำบังคเวศิน  
Online Media Asst-Sales Director



คุณสุหมพร วงษ์จำปา  
Online Media Sales Manager



คุณเพชรธำณ รัตนปะเชิตรีธณ์ (โบ๊ท)  
Online Media Sales Executive



คุณนพธดา พีชรพิจ (น๊อนท์)  
Online Media Sales Executive



คุณจิราภา โททอง (จีพี)  
Online Media Sales Executive



คุณชยานรณ เทียนวุ่น (ช้วน)  
Online Media Sales Executive



คุณนันทนุชญา ปู่ไผ่ (น๊อก)  
Online Media Sales Executive



คุณเจมิลา ทนุสวาทอร์ณ (โนย)  
Online Media Sales Executive



คุณปิยพร ศรีสงวน (ก๊น)  
Online Media Sales Executive



คุณหงส์ฟ้า โทมจ่าย (นงส์)  
Online Media Sales Executive



คุณสุธิดา สาทพาร (ก๊น)  
Online Media Sales Executive



คุณสมภาพ ทองมี (น๊อก)  
Online Media Sales Executive

ภาพประกอบรูปที่ 3.13 ทีมให้คำปรึกษาสื่อโฆษณา ไทยแลนด์ เอลโล่ เพจเจส

### พนักงานขายภูมิภาค



**คุณเปรี๊ชา อุ่นเมือง (ภ)**  
พนักงานขายภูมิภาค



**คุณเนโรลภัส ฤนิศกภักคณัน (มด)**  
พนักงานขายภูมิภาค



**คุณภาณุวัตร ผึ้งถนนม (นัน)**  
พนักงานขายภูมิภาค



**คุณพิมพ์มาศ มหรราดล (ฟ้า)**  
พนักงานขายภูมิภาค



**คุณประภา ทองอร่าม (เหมียว)**  
พนักงานขายภูมิภาค



**คุณจุฑามาศ ภัทริกานนท์ (ไอซ์)**  
พนักงานขายภูมิภาค



**คุณนลินพรรณ ชำครจรเกียรติ (เต๋ย)**  
พนักงานขายภูมิภาค

ภาพประกอบรูปที่ 3.14 ทีมพนักงานขายภูมิภาค Thailand YellowPages





## 3.7 รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ระยะเวลา	รายละเอียดการปฏิบัติงานสหกิจ
สัปดาห์ที่ 1	- อบรมก่อนเข้ารับการฝึกงานเพิ่มเติมเกี่ยวกับงานโฆษณาออนไลน์ Thailand Yellowpages -เขียน SEO
สัปดาห์ที่ 2	-รับบริฟงานมาออกแบบลายน้ำ ให้กับ บริษัท ปทุพธานี คอนกรีต จำกัด(มหาชน) -นำภาพสินค้า บริษัท ปทุพธานี คอนกรีต จำกัด(มหาชน) มาใส่ลายน้ำ -นำภาพสินค้า บริษัท ปทุพธานี คอนกรีต จำกัด(มหาชน) ไปใส่ในแคตตาล็อกออนไลน์เพื่อขึ้นระบบ -เขียน SEO
สัปดาห์ที่ 3	-ออกไปถ่ายรูปสินค้าเพื่อมาลงในแคตตาล็อกออนไลน์ของเว็บ Thailand Yellowpages -เข้าอบรมเรื่อง E-Commerce -รับบริฟงานจาก AE มาออกแบบ แบนเนอร์ บริษัท เจริญพร อลูมิเนียม จำกัด -ออกแบบลายน้ำ บริษัท เจริญพร อลูมิเนียม จำกัด
สัปดาห์ที่ 4	-รับบริฟงานจาก AE มาออกแบบลายน้ำ ร้าน บจก.เซทคอน -รับบริฟงานจาก AE ออกแบบลายน้ำเฮียบแข็ง 85 -เขียน SEO
สัปดาห์ที่ 5	-รับบริฟงานจาก AE มาออกแบบ แบนเนอร์ ร้านไทยยง วัสดุงานก่อสร้าง -ตกแต่ง/ไค้ท รูปสินค้าร้าน ไทยยง วัสดุงานก่อสร้าง -นำภาพสินค้า ร้าน ไทยยง วัสดุงานก่อสร้าง มาใส่ลายน้ำ -รับบริฟงานจาก AE มาออกแบบลายน้ำ โรงพิมพ์สีซันกรู๊ป
สัปดาห์ที่ 6	-รับบริฟงานจาก AE มาออกแบบแผนที่บริษัท ไทยโพลีพลาสติก จำกัด -รับบริฟงานจาก AE ออกแบบลายน้ำบริษัท ไทยโพลีพลาสติก จำกัด -รับบริฟงานจาก AE ออกแบบลายน้ำให้กับร้าน โคมไฟ ช.รวาย -ตกแต่ง/ไค้ท รูปสินค้าร้าน โคมไฟ ช.รวาย

สัปดาห์ที่ 7	<ul style="list-style-type: none"> <li>-กิจกรรมวันครบรอบ 35 ปีในเครือ INTUCH และฟังบรรยายจากผู้บริหาร</li> <li>-รับบริฟงานจาก AE มาออกแบบลายน้ำบริษัท ชานไทย จำกัด</li> <li>-ตกแต่ง/ไคคัท รูปสินค้า บริษัท ที.ที.แอร์เอ็นเจียริงจำกัด</li> </ul>
สัปดาห์ที่ 8	<ul style="list-style-type: none"> <li>-รับบริฟงานจาก AE มาออกแบบแผนที่บริษัท ชานไทย จำกัด</li> <li>-รับบริฟงานจาก AE มาออกแบบแผนที่บริษัท ที.ที.แอร์เอ็นเจียริงจำกัด</li> <li>-แก้ไขแผนที่ บริษัท ไทยโพลีพลาสติก จำกัด</li> </ul>
สัปดาห์ที่ 9	<ul style="list-style-type: none"> <li>-รับบริฟงานจาก AE มาออกแบบ Banner Adseach บริษัท ที.ที.แอร์เอ็นเจียริงจำกัด</li> <li>-ตกแต่ง/ไคคัท รูปสินค้าบริษัท ที.ที.แอร์เอ็นเจียริงจำกัด</li> <li>-รับบริฟงานจาก AE มาออกแบบลายน้ำ บริษัท เอสเอสที อินเทอเซค จำกัด</li> <li>-ตกแต่ง/ไคคัท รูปสินค้าบริษัท บริษัท บอนของอิเล็กทรอนิกส์ จำกัด</li> </ul>
สัปดาห์ที่ 10	<ul style="list-style-type: none"> <li>-ตกแต่ง/ไคคัท รูปสินค้าบริษัท บริษัท บอนของอิเล็กทรอนิกส์ จำกัด</li> <li>-รับบริฟงานจาก AE มาออกแบบ แบนเนอร์ บริษัท บอนของอิเล็กทรอนิกส์ จำกัด</li> <li>-รับบริฟงานจาก AE มาออกแบบ แบนเนอร์ บริษัท สมบูรณ์ อิเล็กทริก จำกัด</li> <li>-ออกแบบ Banner Adseach บริษัท สมบูรณ์ อิเล็กทริก จำกัด</li> <li>-รับบริฟงานจาก AE มาออกแบบ แบนเนอร์ ร้าน เอส ซี แอร์</li> </ul>
สัปดาห์ที่ 11	<ul style="list-style-type: none"> <li>-รับบริฟงานจาก AE มาออกแบบ แบนเนอร์ บริษัท เอสเอสที อินเทอเซค จำกัด</li> <li>-ออกแบบ Banner Adseach บริษัท เอสเอสที อินเทอเซค จำกัด</li> <li>-ตกแต่ง/ไคคัท รูปสินค้า บริษัท เอสเอสที อินเทอเซค จำกัด</li> </ul>
สัปดาห์ที่ 12	<ul style="list-style-type: none"> <li>-ตกแต่ง/ไคคัท รูปสินค้า บริษัท ชานไทย จำกัด</li> <li>-รับบริฟงานจาก AE มาออกแบบ Banner Adseach บริษัท ชานไทย จำกัด</li> <li>-ตกแต่ง/ไคคัท รูปสินค้า โรงพิมพ์ก่องทอง</li> <li>-รับบริฟงานจาก AE มาออกแบบ แบนเนอร์ โรงพิมพ์ก่องทอง</li> <li>-รับบริฟงานจาก AE มาออกแบบแผนที่ ร้าน โคมไฟช.รวย</li> </ul>
สัปดาห์ที่ 13	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แก้ไขแผนที่บริษัท ไทยโพลีพลาสติก จำกัด</li> <li>-ออกแบบแผนที่ บริษัท แสงรุ่งเรืองพลาสติก</li> <li>-ตกแต่ง/ไคคัท รูปสินค้า ร้านประหยัดหินอ่อน</li> </ul>

(ต่อ) สัปดาห์ที่ 13	<ul style="list-style-type: none"> <li>-รับบริฟงานจาก AE มาออกแบบ แบนเนอร์ นิค คาร์เรนท์ แอนด์ ทราายสปอร์ด ฯ</li> <li>-รับบริฟงานจาก AE มาออกแบบ แบนเนอร์ บอนชอง อิลเล็กทรอนิกส์</li> <li>-ตกแต่ง/ไคคัท รูปสินค้า บอนชอง อิลเล็กทรอนิกส์</li> </ul>
สัปดาห์ที่ 14	<ul style="list-style-type: none"> <li>-ออกแบบแผนที่ โอพีวี เอ็นเตอร์ไพรส์ อุปกรณ์แพคกิ้ง</li> <li>-ออกแบบแผนที่ บริษัท เอ็นทีวาย คอนสตรัคชั่น</li> <li>-รับบริฟงานจาก AE มาออกแบบ ลายน้ำ บริษัท เอ็นทีวาย คอนสตรัคชั่น</li> <li>-รับบริฟงานจาก AE มาออกแบบ แบนเนอร์ ร้าน นิมิตรยนต์</li> </ul>
สัปดาห์ที่ 15	<ul style="list-style-type: none"> <li>-ออกแบบแผนที่ บริษัท จำริญ เอ็นจิเนียริง จำกัด</li> <li>-รับบริฟงานจาก AE มาออกแบบ แบนเนอร์ ร้าน MTJ เครื่องเขียน</li> <li>-ตกแต่ง/ไคคัท รูปสินค้า ร้าน MTJ เครื่องเขียน</li> <li>-รับบริฟงานจาก AE มาออกแบบ แบนเนอร์ ร้านเพื่อนชุดวิวาห์</li> </ul>
สัปดาห์ที่ 16	<ul style="list-style-type: none"> <li>-ตกแต่ง/ไคคัท ร้านเทพรักษ์ แสตนเลส</li> <li>-ตกแต่ง/ไคคัท อู่อุคมทรัพย์ธาดาบุรีรัมย์</li> <li>-รับบริฟงานจาก AE มาออกแบบ แบนเนอร์ อู่อุคมทรัพย์ธาดาบุรีรัมย์</li> <li>-ออกแบบแผนที่ บริษัท พีพีเอการ์ด</li> </ul>

### 3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

#### 3.8.1 อุปกรณ์ด้านฮาร์ดแวร์

- เครื่องคอมพิวเตอร์
- โทรศัพท์มือถือ
- เครื่องปริ้นเตอร์
- สมุดจดข้อมูล
- กล้องถ่ายรูป

#### 3.8.2 อุปกรณ์ด้านซอฟต์แวร์

- โปรแกรม Microsoft Word
- โปรแกรม Adobe Photoshop
- โปรแกรม Adobe illustrator

## บทที่ 4

### ผลการปฏิบัติงาน

จากการที่ได้เข้าไปฝึกงานที่ บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน) นั้นข้าพเจ้าได้ศึกษาและลงมือทำในเรื่องขั้นตอนการออกแบบสื่อโฆษณาออนไลน์ของ บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน) ฝ่าย Thailand YellowPages ซึ่งเป็นการศึกษาขั้นตอนในการผลิตและออกแบบสื่อโฆษณาออนไลน์ รับบริฟจากฝ่ายขาย โดยใช้การออกแบบงานในรูปแบบใช้ความคิดสร้างสรรค์ คิดคำโฆษณาพาดหัวแบนเนอร์ (Banner) ให้กระชับ ได้ใจความ และจัดวางองค์ประกอบงานให้รูปแบบเหมาะสมกับตัวประเภทของสินค้าหรือบริการของลูกค้า ตรงตาม Mood and Tone และออกแบบลายน้ำให้เป็นรูปแบบเฉพาะจุดประสงค์เพื่อให้เกิดความแตกต่าง เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละเจ้าของธุรกิจ ที่ได้ซื้อโฆษณาออนไลน์ของทางบริษัท เพื่อบ่งบอกความเป็นเจ้าของของสินค้าหรือบริการ กันการลอกเลียนแบบ และแสดงภาพรวมของร้านเพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้าของร้าน โดยการศึกษางานครั้งนี้ทำให้เราได้ทราบถึงขั้นตอนการออกแบบสื่อโฆษณาออนไลน์ในองค์กร โดยมีขั้นตอนดังนี้

#### 4.1 ขั้นตอนการรับบริฟจากฝ่ายขาย (Account Executive)

เข้าร่วมรับบริฟกับฝ่ายขาย โดยร้านค้าคือ ร้านไทยยง วัสดุก่อสร้าง ร้านจำหน่ายปลีกและขายส่งสินค้า วัสดุก่อสร้าง เครื่องมือช่าง เป็นร้านใหญ่ ที่รวมสินค้าก่อสร้างเกือบทุกชนิด เช่น เสาคอนกรีต พื้นคอนกรีต เหล็กก่อสร้าง ไม้แปรรูป อุปกรณ์ประปา ท่อพีวีซี อุปกรณ์ไฟฟ้า สายไฟ กระเบื้อง ปูน หิน ก่อสร้าง อิฐบล็อก รวมถึงสินค้าการเกษตร ในส่วนของงานกราฟิกได้รับบริฟมาว่า ต้องการ Mood and Tone สีที่ดูสดใส กราฟิกเรียบๆ ไม่เยอะเกินไป และต้องช่วยเสริมให้ชื่อร้าน และสินค้าโดดเด่น



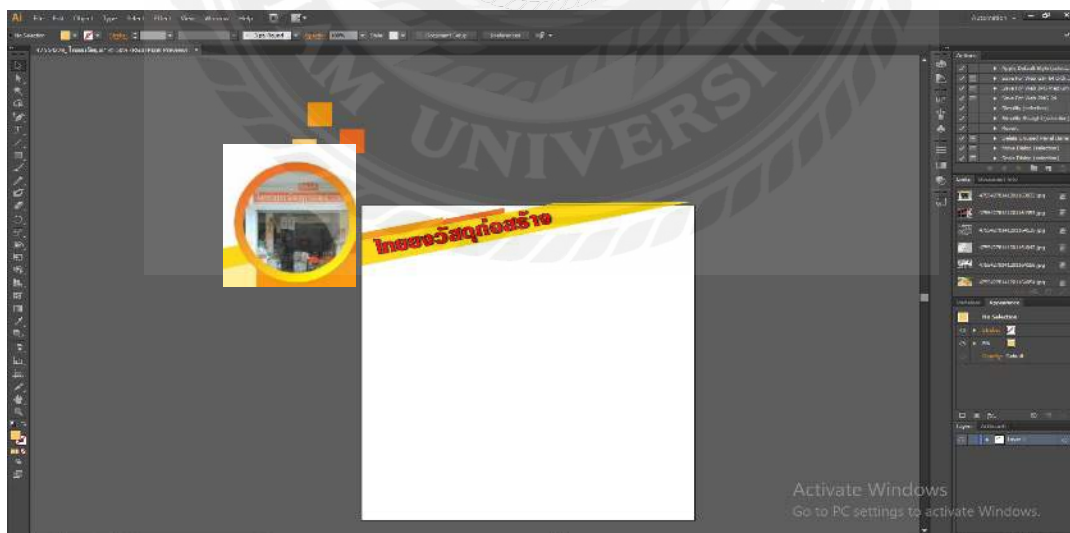
ภาพประกอบรูปที่ 4.1 Logo ไทยยงวัสดุก่อสร้าง

## 4.2 ขั้นตอนการออกแบบ

นอกจากจะได้เข้าร่วมฟังการรับบริฟแล้ว ฝ่ายขายก็จะส่งอีเมลสรุปบริฟของการทำกราฟิกมาให้ อีก เพื่อป้องกันความผิดพลาดในขั้นตอนการดำเนินงาน Mood And Tone ที่ทางลูกค้าได้เลือกมา คือ ขาว สีเหลือง และ สีส้ม ซึ่งสามสีนี้ต้องมีให้ครบบนแบนเนอร์ (Banner) ในส่วนของลายน้ำนั้นก็ตามแต่ความเหมาะสม

### 4.2.1 ออกแบบลายน้ำ

เป็นกราฟิกที่ต้องทำเป็นอันแรกและทุกๆ ร้านค้าหรือ โรงงานอุตสาหกรรมที่เป็นลูกค้าของ Thailand Yellowpages จะมีลายน้ำเป็นของตัวเอง เพื่อมาติดแสดงความเป็นเจ้าของสินค้า เพราะสินค้าบางชิ้นมีขายหรือให้บริการเฉพาะแค่ที่เดียว ซึ่งเป็นเจ้าของที่ทำมาแต่ดั้งเดิม จึงต้องมีลายน้ำกันการผลิตลอกเลียนแบบหรือ ขโมยรูปไปใช้ อันดับแรก รับบริฟจากฝ่ายขายโดยตรง ลูกค้าต้องการความเรียบง่าย ไม่แย่งความโดดเด่นของสินค้า แต่ชื่อร้านต้องอ่านได้อย่างชัดเจน จึงมาออกแบบต่อ และได้ออกแบบตามสีที่ลูกค้ากำหนดมาให้ คือ สีขาว สีเหลือง และ สีส้ม โดยแรงบันดาลใจมาจากป้ายชื่อของร้านที่ใช้สีเหลืองและสีแดง ใช้ตัวหนังสือแดงมาจากสีพื้นป้ายตัดเส้นสีดำเพื่อให้อ่านได้ง่าย เลือกใช้ font ไม่มีหัวตัวหนา และสร้างเส้นแถบสีเหลืองให้ชิดขอบมากที่สุด เสริมด้วยเส้นสีเหลืองอมส้มและสีส้ม ให้ดูมีเอกลักษณ์มากขึ้น



ภาพประกอบรูปที่ 4.2 ขั้นตอนการออกแบบ

## ไทยงวัสดุก่อสร้าง

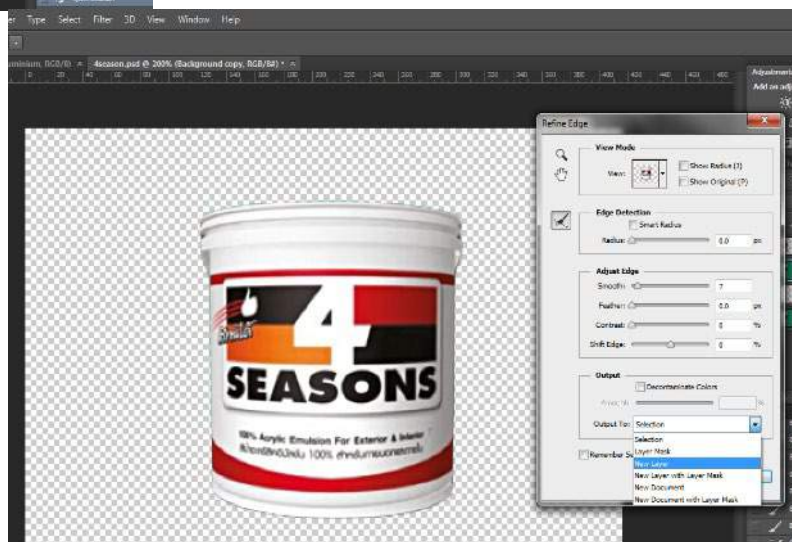
ภาพประกอบรูปที่ 4.3 ลายน้ำไทยง วัสดุก่อสร้าง

เนื่องจากทางลูกค้าอยากให้สินค้ามีความโดดเด่น ทางเราจึงได้เลือกใช้ Photoshop ใดคัทรูปสินค้าที่ได้รับมาจากลูกค้าพร้อมตกแต่งรูปเพิ่มเติม เพิ่มพื้นหลังสีส้มให้กับสินค้าเสริมให้สินค้าเด่นขึ้นกว่าเดิม และเข้ากับ Mood And Tone สีขาว เหลือง ส้ม ส่งกลับไปให้ลูกค้าดูว่าตรงตามที่ลูกค้าต้องการหรือไม่ ถ้ายังก็นำมาแก้ไขเพิ่มเติม ก่อนจะนำรูปทั้งหมดมาประกอบร่างกับลายน้ำ แต่รูปที่ได้ก็ยังไม่สามารถนำไปขึ้นระบบในเว็บหลักได้ทันที เพราะรูปนั้นใหญ่เกินไป เป็นผลเสียในการโหลดหน้าเว็บไซต์ทำให้กลายเป็นหน้าเว็บคุณภาพแย่ มีผลต่อการติดหน้าแรกเกิดขึ้น รูปที่ใช้บ่อยที่สุดคือ 10-15 รูป ดังนั้นเราจึงต้องย่อรูปภาพให้มีขนาดเล็กลง และทำให้ความจุต่ำลง ซึ่งที่นี่ใช้โปรแกรม Image Resizer Setup ย่อรูปภาพได้จำนวนเยอะ ไม่จำเป็นต้องย่อทีละรูปให้เสียเวลาในการทำงาน ร่นระยะเวลา เป็นสิ่งที่มีองค์กรใหญ่ๆควรมีสิ่งที่จะช่วยทุ่นแรงในการทำงาน



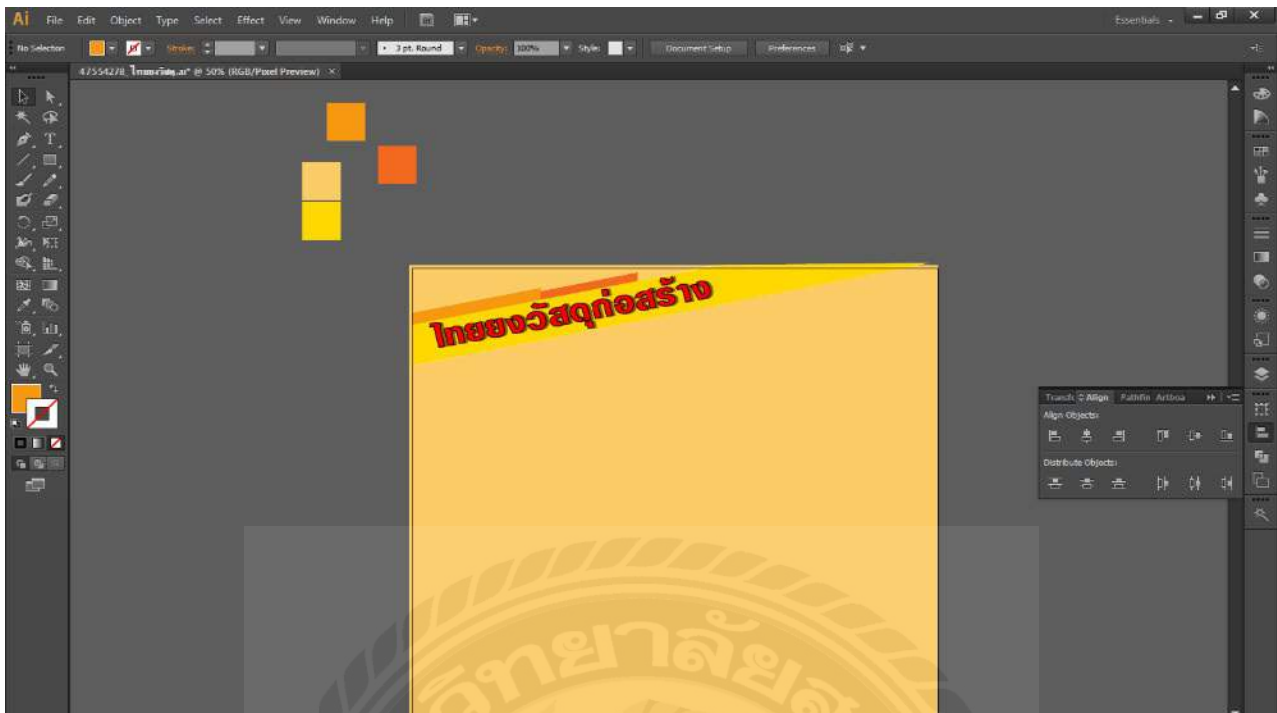
ภาพประกอบรูปที่ 4.4

ขั้นตอน Photoshop ใดคัทรูปสินค้า

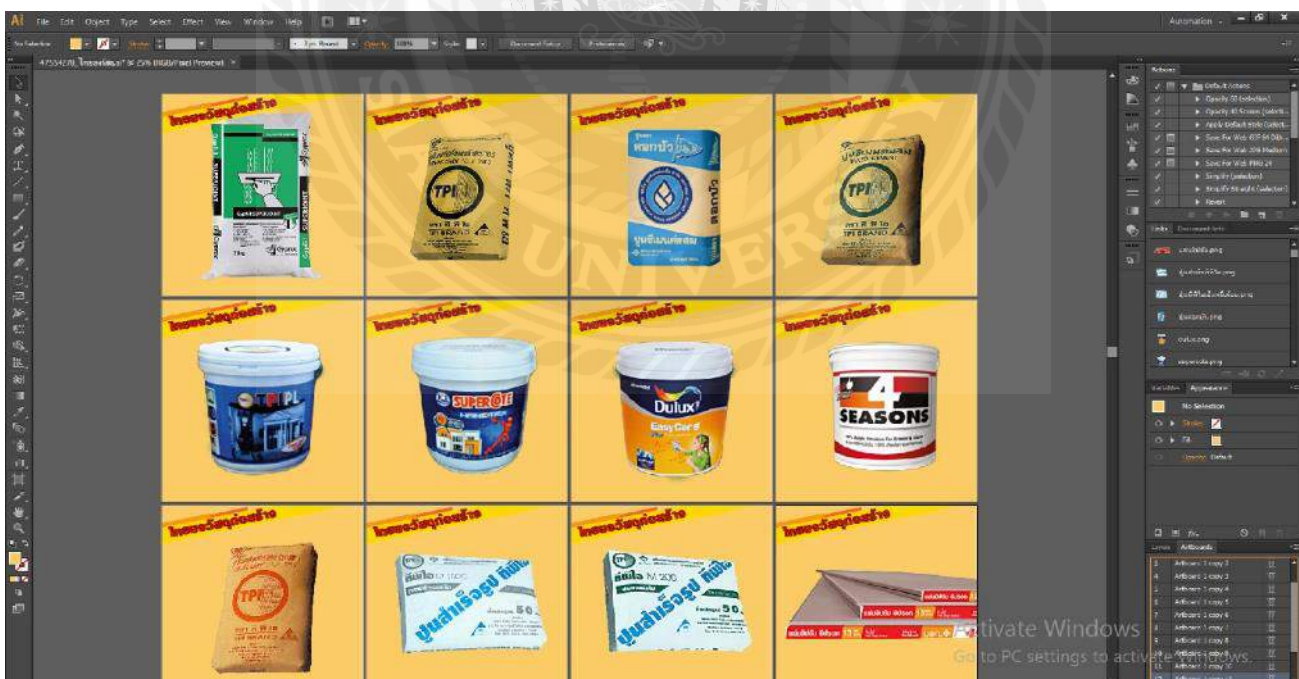


ภาพประกอบรูปที่ 4.5

ขั้นตอน Photoshop ใดคัทรูปสินค้า



ภาพประกอบรูปที่ 4.6 ใส่พื้นหลังเพิ่มเติม

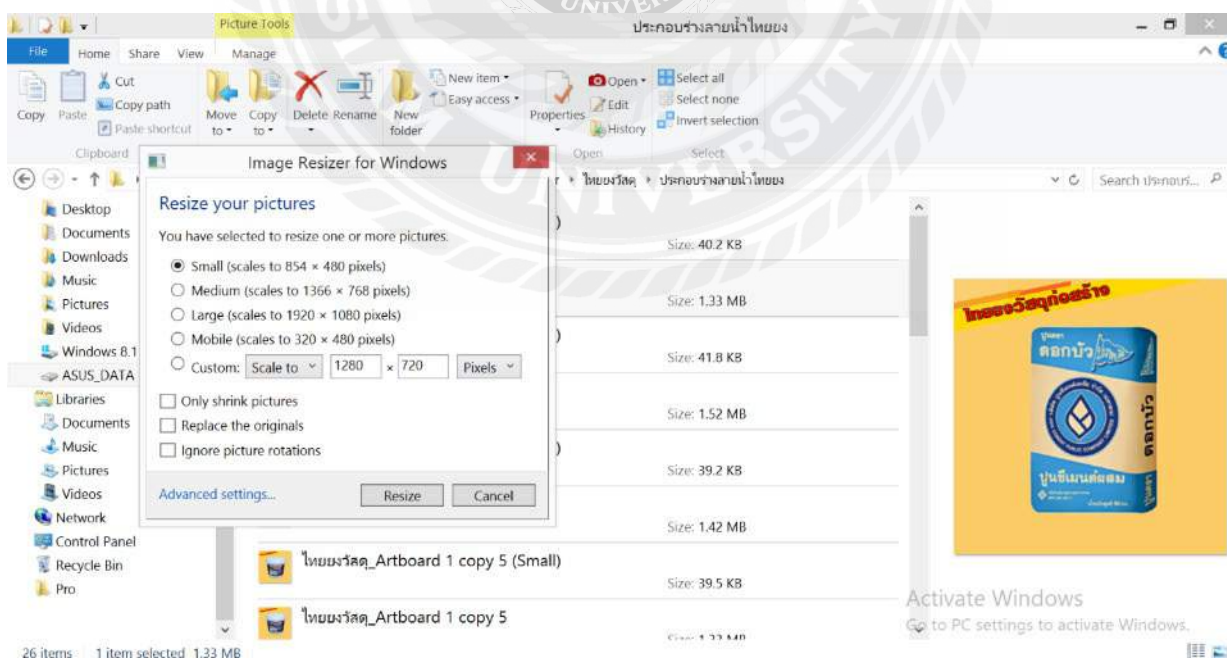


ภาพประกอบรูปที่ 4.7 ประกอบร่างลายน้ำและรูปสินค้า

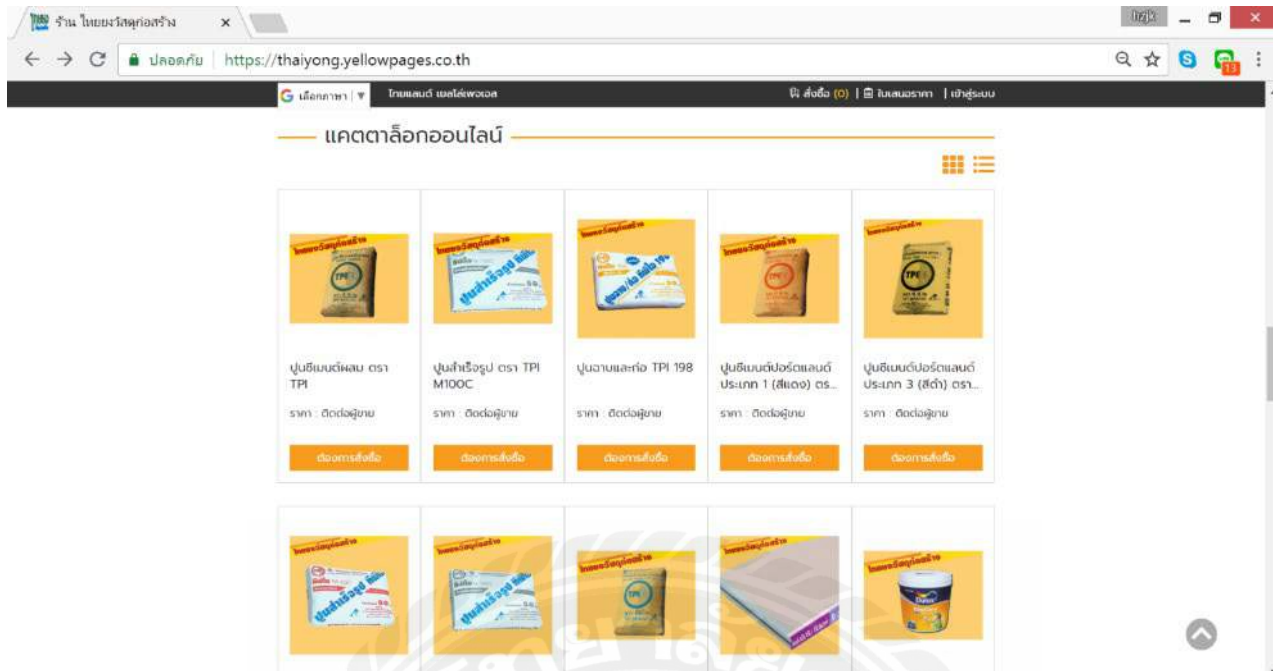




ภาพประกอบรูปที่ 4.8 ประกอบร่างลายน้ำและรูปสินค้าเสร็จสมบูรณ์



ภาพประกอบรูปที่ 4.9 ใช้โปรแกรม Image Resizer Setup ก่อนนำไปขึ้นระบบ



ภาพประกอบรูปที่ 4.10 ภาพสินค้าใส่ลายน้ำที่เสร็จสมบูรณ์จะไปอยู่ในส่วนของแคตตาล็อกออนไลน์



ภาพประกอบรูปที่ 4.11 ภาพสินค้าใส่ลายน้ำที่เสร็จสมบูรณ์จะไปอยู่ในส่วนของแคตตาล็อกออนไลน์

#### 4.2.2 ออกแบบแบนเนอร์ (Banner)

กราฟิกส่วนนี้เป็นส่วนที่แสดงถึงสินค้าและบริการของลูกค้าที่ซื้อการโฆษณาออนไลน์กับ Thailand Yellowpages แต่ไม่ได้บอกถึงสินค้าทุกตัวในร้านเลยทีเดียวทั้งหมด จะบอกถึงภาพรวมของร้านค้ามากกว่าว่าจำหน่ายสินค้าประเภทไหน และแสดงช่องทางการติดต่อซื้อขาย เช่น เบอร์โทรศัพท์ ไลน์ เฟสบุ๊ก

รับบริฟจากอีเมลที่ได้รับจากฝ่ายขาย ที่จะส่งรหัสไอดีของลูกค้า และชื่อร้านค้า มาให้เราเข้าไปนำข้อมูลจากเวิร์กช็อปส่วนกลาง คือ สรุปการบริฟเพิ่มเติม และรูปภาพที่ลูกค้าต้องการจะนำมาใส่ มาปรับแต่งและออกแบบแบนเนอร์ ในส่วนของร้านไทยยงวิศดู ลูกค้าเลือก Mood And Tone ขาว เหลือง และส้ม อยากให้สินค้ามีความโดดเด่นในกราฟิกทั้งหมด จึงนำรูปที่ทางลูกค้าส่งมา แล้วทางเราได้คัดเลือกทั้งหมดแล้ว มาคัดเลือกสินค้าที่ขายดี หรือยี่ห้อชื่อดังที่คนนิยมใช้ มาตัดต่อรวมกัน เพิ่มแสงและเงาสินค้า เพื่อนำไปเป็นภาพหลักบน Banner และเสริมด้วยภาพวัสดุก่อสร้างสำคัญที่ต้องใช้ในทุุกงานก่อสร้าง เช่น ทราย หิน เสาคอนกรีต



ภาพประกอบรูปที่ 4.11 ภาพสินค้าที่คัดเลือกมาตัดต่อรวมกัน

นอกจากรูปสินค้าแล้ว ทางลูกค้ายังส่งรูปร้านค้าบางส่วนมา เราจึงคัดเลือกมาตกแต่งและใส่ลงในแบนเนอร์เพิ่ม และใช้ Mood And Tone ขาว เหลือง ส้ม แบบลายนํ้าของสินค้าที่ทางลูกค้าอยากได้แบนเนอร์ที่มีส่วนคล้าย มีความเข้ากันกับลายนํ้าที่ได้ออกแบบไป มาออกแบบตกแต่งตามที่เราได้คิดออกแบบไว้ เพื่งคำโฆษณา เบอร์ติดต่อร้านค้าเป็นอันเสร็จสมบูรณ์



ภาพประกอบรูปที่ 4.12 ภาพการตกแต่งและออกแบบ Banner



ภาพประกอบรูปที่ 4.13 Banner ไทยยงวัสดุที่เสร็จสมบูรณ์

ร้าน ไทยยงวัสดุก่อสร้าง

ปลอดภัย | <https://thaiyong.yellowpages.co.th>

ไทยยง วัสดุก่อสร้าง

ร้าน ไทยยงวัสดุก่อสร้าง

100-0000 4291, 101-2442-2265, 08-9131-6061  
 101-4556-9646, 09-5841-5995

จำหน่าย ก่อคอนกรีต ไม้แปรรูป อิฐ กั้นปูน ทราย เหล็กเส้น ซี ประปา ทุบคาน ก่อพีวีซี เสาค้ำฉนวน โฉนดเหล็กเหล็กรวม อุปกรณ์ไฟฟ้า เครื่องมือช่าง และอุปกรณ์ก่อสร้างทุกชนิด

ศูนย์รวมวัสดุก่อสร้างทุกชนิด พร้อมจัดส่งทั่วประเทศ

รวมช่างทาสี เพ้นฉาบฉาบ

ติดต่อ : 0-3496-2080 / 08-2442-4269  
 08-2442-2265 / 08-9131-6061  
 09-4556-9646 / 09-5841-5995

ตั้งอยู่เลขที่ 100-0000 101-2442-2265, 08-9131-6061, 09-4556-9646, 09-5841-5995

100-0000 4291, 101-2442-2265, 08-9131-6061, 09-4556-9646, 09-5841-5995

ภาพประกอบรูปที่ 4.14 Banner ที่ผ่านการตรวจสอบและขึ้นระบบใน Thailand Yellowpages แล้ว

#### 4.3 ขั้นตอนการส่งชิ้นงาน

นำชิ้นงานที่เสร็จสมบูรณ์ทั้งลายน้ำ และ แบนเนอร์ (Banner) ส่งกลับไปให้เซิร์ฟเวอร์ส่วนกลาง หรืออีเมลของฝ่ายขายที่เป็นเจ้าของงาน เพื่อนำไปเสนอต่อลูกค้าว่าควรแก้ไขปรับปรุงตรงส่วนไหน ชิ้นงานถูกใจหรือไม่ หรืออยากเพิ่มข้อมูลก็สามารถทำได้ จนกว่าลูกค้าจะพึงพอใจ ก่อนนำชิ้นงานกราฟิก ขึ้นใส่ระบบเบื้องหลังของเว็บไซต์ Thailand Yellowpages พร้อมข้อมูลของร้านที่เป็นลูกค้า ให้ฝ่ายขาย นำขึ้นระบบโชว์ในหน้าเว็บจริงที่จะใช้ในการทำสื่อโฆษณาออนไลน์

## บทที่ 5

### สรุปผลและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

จากการปฏิบัติงานที่ บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน) ฝ่าย Thailand YellowPages เป็นระยะเวลาระยะเวลา 16 สัปดาห์ระหว่างวันที่ 14 พฤษภาคม 2560 ถึงวันที่ 31 สิงหาคม 2561 งานที่ได้รับมอบหมายมาส่วนใหญ่ต้องใช้ทักษะการใช้โปรแกรม Adobe Photoshop และ โปรแกรม Adobe illustrator ร่วมด้วยกับทักษะการออกแบบที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ คิดคำโฆษณา ออกแบบแบนเนอร์ (Banner) ควบคุมการจัดวางองค์ประกอบของภาพเสริมด้วยกราฟิกยังงใจให้เหมาะสม ออกแบบลายน้ำเพื่อเป็นเอกลักษณ์ของร้าน ตกแต่งปิดจุดบกพร่อง เสริมจุดเด่นให้รูปสินค้าที่ทางลูกค้าส่งมา ซึ่งประสบการณ์การทำงานตรงนี้ก็ทำให้ได้ความรู้ใหม่ๆ ในด้านการออกแบบกราฟิกหลายรูปแบบ ได้ฝึกงานใช้โปรแกรมกราฟิกจนชำนาญ เรียนรู้การแต่งรูป สร้างชิ้นงานกราฟิกมาตกแต่งเพิ่ม การจัดวางชิ้นงานออกแบบงานยังงใจไหนลูกค้าจึงจะพึงพอใจและตามโจทย์ที่ได้รับ ทำให้เข้าใจการทำงานว่า graphic designer ขององค์กรนี้ เปรียบเหมือนกับเป็นผู้ดูแลหน้าร้าน ออกแบบภาพรวม ความสวยงาม ที่เป็นภาพลักษณ์ของร้าน โรงงาน หรืออุตสาหกรรมที่เป็นเจ้าของธุรกิจที่ว่าจ้างมา เรียนรู้ประสบการณ์จริงเพิ่มเติมจากห้องเรียนในการทำงานในบริษัท เช่น การรับบริฟจากฝ่ายขาย (AE) ได้ฝึกฝนความตรงต่อเวลา ความอดทน และความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับ ทั้งการทำงานร่วมกับคนหมู่มาก ควบคุมตัวยังงใจให้เหมาะสม นอกจากนั้นยังได้มิตรภาพที่ดีจากพี่เลี้ยงทุกท่าน เพื่อนร่วมงานทุกคน เป็นประสบการณ์ที่มีค่ามากในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาครั้งนี้

ดังนั้นการที่ได้มาฝึกสหกิจศึกษาครั้งนี้นอกจากเราจะได้มาเจอประสบการณ์ทำงานของจริงก่อนการทำงานจริงหลังจบการศึกษาแล้ว ก็ยังทำให้เราได้พบส่วนที่เราขาดไป หรืออุปสรรคของตัวเอง และได้ประสบการณ์ตรงนี้มาพัฒนาพร้อมเพิ่มในส่วนที่เรามีคืออยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้นไปอีก ทำให้เราได้รู้อีกว่า เราเหมาะกับการทำงานแบบนี้หรือไม่ จากการสอนงานของพี่เลี้ยงทุกท่าน เพื่อนร่วมงาน ทุกคำสอน การติชม การให้คำปรึกษา จากบุคลากรที่ดี มีความสามารถ มีคุณภาพเหล่านี้ ทำให้เราเข้าใจในตัวเอง มาปรับปรุงตัวเอง และเชื่อว่าอนาคตแม้ว่าจะไม่ได้ทำงานในสายงานนี้แต่ประสบการณ์ที่ได้รับก็ทำให้สามารถมาปรับใช้ทำงานในด้านอื่นๆ ได้ดีเช่นกัน

นอกจากนี้ยังมีอุปสรรคในการปฏิบัติงานในแรกเริ่ม คือ เนื่องจากเรายังเป็นนักศึกษา เรายังขาดประสบการณ์ในด้านการทำงานจริงนี้ การบริหารช่วงแรกๆก็ยังไม่เข้าใจบ้างในบางเรื่อง และการจัดลำดับความสำคัญการทำงานแต่ละชิ้นงานที่บางงานต้องการให้งานสำเร็จภายในเวลาสั้นๆ กับบางงานที่มีระยะเวลาการกำหนดส่ง ซึ่งยังจัดเวลาในส่วนนี้ไม่ถูก เนื่องจากความเคยชินในการทำงานส่งในสถานศึกษา จึงต้องใช้เวลาในการเรียนรู้กับการเรียงลำดับสิ่งที่ควรทำก่อนหรือสิ่งที่ควรทำหลัง เราจึงควรเข้าหารุ่นพี่ ถามในสิ่งที่ไม่เข้าใจ ให้เขาสอนงานเราก็จะได้วิธีการคิดวิธีการทำที่ถูกต้อง ทำให้เราสามารถปรับตัวให้เข้ากับงานได้อย่างรวดเร็ว และปัญหาในการออกแบบงานก็จะน้อยลงไป

## 5.2 ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

เนื่องจากผู้ศึกษายังขาดประสบการณ์ในการทำงานจริงภายใต้วงจรสิ่งที่ควรปรับปรุงและพัฒนา คือ เรื่องการสื่อสารในช่วงแรกๆ การใช้คำ ศัพท์เฉพาะในการทำงานที่เราไม่เคยได้ยิน ทำให้บางครั้งการสื่อสารในการรับบริฟเราอาจจะไม่เข้าใจไปบ้าง ออกแบบงานได้คลาดเคลื่อน ซึ่งจุดนี้เราควรเข้าหาถามพี่เลี้ยงให้เข้าใจบ่อยๆ เพื่อให้งานออกมามีประสิทธิภาพ และการทำงานออกแบบในรูปแบบนี้ได้เรียนรู้ว่าเราควรหาผลงานหลายรูปแบบทั้งแบบใหม่ รูปแบบเก่า เพื่อเป็นการหาแรงบันดาลใจมาออกแบบผลงานให้ไม่ซ้ำกัน และยังช่วยให้เราสามารถคิดงานออกแบบได้เร็วขึ้น ไม่เสียเวลาในการทำชิ้นงานอื่นๆ งานก็เสร็จตามเวลาที่กำหนด

ในส่วนของปัจจัยภายนอกทางบริษัทมีคอมพิวเตอร์ในการใช้ออกแบบกราฟิกได้ดีในจำนวนน้อย เครื่องจะประมวลผลการจัดเก็บงานได้ช้าในบางชิ้นงานที่มีขนาดไฟล์ใหญ่ หรือเปิดหลายโปรแกรมพร้อมกัน ทำให้บางครั้งในการทำงานเกิดความล่าช้าในการส่งชิ้นงานที่สำเร็จ

## บรรณานุกรม

- รุ่งนภา พิตรปรีชา. (2537). องค์ประกอบของการโฆษณา. ใน *หลักการโฆษณาและประชาสัมพันธ์*. เล่ม 1. หน้า 169-243. (พิมพ์ครั้งที่ 10). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2540). *การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด*. กรุงเทพมหานคร: ดวงกมล.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2536). *การโฆษณาเชิงปฏิบัติ*. กรุงเทพมหานคร: อมรการพิมพ์.





## ประวัติส่วนตัว



- ชื่อ-นามสกุล : นางสาว นัฐศิมา พงษ์พุกษา
- รหัสนักศึกษา : 5804600227
- E-Mail : n.pongpuksa@gmail.com
- ที่อยู่ปัจจุบัน : 74 ถนนราชพฤกษ์ แขวงบางพรม เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร 10170
- ประวัติการศึกษา : มัธยมศึกษาปีที่ 1 - 6 ศึกษาที่ โรงเรียนโพธิสารพิทยากร
- การศึกษาปัจจุบัน : กำลังศึกษาที่ มหาวิทยาลัยสยาม คณะนิเทศศาสตร์ สาขาการโฆษณา
- ความสนใจทางด้านวิชาการ : การทำสื่อโฆษณาออนไลน์ , การถ่ายภาพ , Graphic design
- ประสบการณ์ด้านสหกิจศึกษา : ตำแหน่ง Graphic designer  
(ฝ่าย Online Media Sales ของ Thailand YellowPages)
- ทักษะและความสามารถพิเศษอื่นๆ : ถ่ายภาพ , ตัดต่อภาพ / วิดีโอ, ทำเว็บไซต์