



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การวางแผนและการผลิตสื่อโฆษณาของบริษัท ออลแมชมีเดีย

แอนด์เวอไทยซิ่ง จำกัด

**Media Planning Producing Advertising Media of All Mactch**

**Media And Advertising CoLtd**

โดย

นาย อธิธลักษณ์ ตัณฑะพงษ์ รหัสนักศึกษา 5804600060

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชา 143-491 สหกิจศึกษา

ภาควิชาการโฆษณา

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษา 3 ปีการศึกษา 2560

หัวข้อโครงการ ขึ้นตอนการออกแบบกราฟิกในรายการข่าวของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก  
ช่อง 5

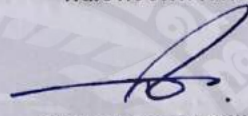
รายชื่อผู้จัดทำ นาย ฌัฐภัทร สุภากรณ์ 5704600309

ภาควิชา โฆษณา

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์สมเกียรติ ศรีเพชร

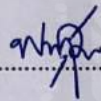
อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาภาควิชาโฆษณา ประจำ  
ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2560

คณะกรรมการตรวจสอบรายงาน



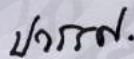
.....อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์สมเกียรติ ศรีเพชร)



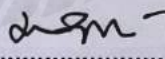
.....พนักงานที่ปรึกษา

(นางสาวพรรณฉัตร สุขศิริ)



.....ประธานกรรมการ

(อาจารย์ปวรรศ จันทร์เพ็ญ)



.....ผู้ช่วยอธิการบดี

และผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มารุจ ลิ้มปะวัฒน์)

ชื่อโครงการ : การวางแผนและการผลิตสื่อโฆษณาของบริษัท ออลแมชมีเดียแอนด์  
แอดเวอไทซิ่ง จำกัด

ชื่อนักศึกษา : นาย อธิธิลักษณ์ ตันตะพงษ์

อาจารย์ที่ปรึกษา : สมเกียรติ ศรีเพ็ชร

ระดับการศึกษา : ปริญญาตรี

ภาควิชา : การโฆษณา

คณะ : นิเทศศาสตร์

ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา: 3 /2560

#### บทคัดย่อ

รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาเรื่อง "การวางแผนและการผลิตสื่อโฆษณาของบริษัทออลแมชมีเดียแอนด์แอดเวอไทซิ่ง จำกัด" โดยมีวัตถุประสงค์คือ

- (1) เพื่อศึกษาขั้นตอนการทำงานของฝ่ายสื่อสารการตลาด
- (2) เพื่อศึกษาการวางแผนการใช้สื่อโฆษณาและศึกษาการผลิตสื่อโฆษณาของบริษัท ออลแมชมีเดียแอนด์แอดเวอไทซิ่ง จำกัด

ผลจากการปฏิบัติงานพบว่า ในการวางแผนสื่อโฆษณาต้องเริ่มจากการวิเคราะห์ข้อมูลของสินค้าหรือบริการของลูกค้า โดยต้องวางแผนให้สื่อโฆษณาสอดคล้องกับสินค้าหรือบริการนั้นๆ ในส่วนของการผลิตสื่อต้องทราบรายละเอียดเกี่ยวกับงาน โดยการออกแบบงานต่างๆต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบให้มีความสวยงามและตรงกับความต้องการของลูกค้า โดยจะผ่านการแก้ไขจนลูกค้าเกิดความพึงพอใจถึงจะส่งผลิตสื่อเพื่อนำมาใช้งานจริง

จากการที่ผู้ศึกษาได้ปฏิบัติงาน ทำให้ได้รับความรู้ความเข้าใจในการทำงานเพิ่มมากขึ้น และเกิดการพัฒนาทักษะ สามารถนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับไปใช้ในการทำงานต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ: การวางแผนสื่อโฆษณา, การใช้สื่อโฆษณา, การผลิตสื่อโฆษณา

ผู้ตรวจ



**Project Title** : Planning and Advertising Production of All Mass Media and Company Ltd.  
**By** : Mr.Ittiluk Tantapong  
**Advisor** : Mr.Somkiat Sriphech  
**Degree** : Bachelor of Communication Arts  
**Major** : Advertising  
**Faculty** : Communication Arts  
**Semester / Academic year** : 3 /2017

#### Abstract

The cooperative report focuses on the planning and investigation of planning and advertising production of All Mass Media and Company Ltd. It has the objectives to study the working process of marketing communication team and learn the planning process for advertising production of this company. The findings indicated the planning process began with product research and customer services. Then the proper advertising media will be matches with the particular kind of product and customer's needs. In conclusion, the advertising production must be approved by the customer before performing a production as the end of this project student can learn more about the working process of this and have more skills for future career in this industry.

**Keywords** : Planning, Advertising , Production

Approved by

.....



## สารบัญ

หน้า

จดหมายนำส่งรายงาน.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
บทคัดย่อ (Abstract).....	ค
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
1.1ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	1
1.3 ขอบเขตของโครงการ.....	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
<b>บทที่ 2 ทบทวนเอกสาร/วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง</b>	
2.1 แนวคิดหน้าที่ของฝ่ายสื่อสารการตลาด.....	3
2.2 แนวคิดการใช้สื่อโฆษณา.....	4
2.3 แนวคิดการวางแผนสื่อโฆษณา.....	6

**บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน**

3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ.....	7
3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร.....	8
3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารงานขององค์กร.....	9
3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย.....	9
3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา.....	10
3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน.....	10
3.7 แผนผังการปฏิบัติงาน.....	11
3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้.....	12

**บทที่ 4 รายงานผลการปฏิบัติงาน**

การปฏิบัติงานของฝ่ายสื่อสารการตลาด.....	13
4.1 การจัดกิจกรรมพิเศษของบริษัทพลังผัก.....	14
ขั้นตอนการเตรียมงาน.....	14
ขั้นตอนการผลิต.....	15
ขั้นตอนการตรวจสอบความเรียบร้อยหลังติดตั้ง.....	16
4.2 งานการเปิดตัวโครงการบริษัท Panus Assembly.....	18
ขั้นตอนการเตรียมงาน.....	18
ขั้นตอนการผลิต.....	20

	หน้า
ขั้นตอนการติดตั้ง.....	21
4.3 งานด้านอื่นๆ.....	24
4.3.1 งานออกแบบนามบัตร.....	24
4.3.2 งานติดต่อประสานงาน.....	26
<b>บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ</b>	
5.1 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	29
5.2 ข้อเสนอแนะการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	30
บรรณานุกรม.....	31
ภาคผนวก.....	32
ประวัติผู้จัดทำ.....	38



## สารบัญตาราง

ตารางที่ 3.7 แผนผังการปฏิบัติงาน.....	13
---------------------------------------	----



## สารบัญรูปภาพ

ภาพประกอบที่ 3.1 ตราสัญลักษณ์ (Logo) บริษัท ออลแมช มีเดีย แอนด์ แอดเวอไทซิง จำกัด	9
ภาพประกอบที่ 3.2 แผนที่บริษัท ออลแมช มีเดีย แอนด์ แอดเวอไทซิง จำกัด	10
ภาพประกอบที่ 3.3 FLOW CHART องค์กร	11
ภาพประกอบที่ 3.4 พนักงานที่ปรึกษา	12
ภาพประกอบที่ 4.1 งานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม Thaifex World of food Asia 2018	13
ภาพประกอบที่ 4.2 งานด้านออกแบบป้ายพื้นหลังบูธ (Backdrop)	14
ภาพประกอบที่ 4.3 รูปตัวอย่างบูธ	14
ภาพประกอบที่ 4.4 กำหนดวัน-เวลาในการเตรียมงาน	15
ภาพประกอบที่ 4.5 ควบคุมการติดตั้งให้ถูกต้องตามแบบที่ลูกค้าต้องการ	15
ภาพประกอบที่ 4.6 ตรวจสอบความเรียบร้อยหลังจากติดตั้งบูธ บริษัทพลังผักแบรนด์ Oh Veggie	16
ภาพประกอบที่ 4.7 ประสานงานต่างๆในการติดตั้งบูธ	16
ภาพประกอบที่ 4.8 เข้าร่วมประชุมประสานงานกับฝ่ายต่างๆ	17
ภาพประกอบที่ 4.9 งานเขียนคอนเทนต์ บนเฟสบุ๊ค	18
ภาพประกอบที่ 4.10 งานออกแบบรางวัลผู้ชนะการประกวด	18
ภาพประกอบที่ 4.11 งานออกแบบ โล่รางวัลผู้ชนะการประกวด	19
ภาพประกอบที่ 4.12 งานออกแบบ โปสเตอร์ (Poster)	20

ภาพประกอบที่ 4.13 งานเปิดตัวแถลงข่าวโครงการ (Press Conference).....	20
ภาพประกอบที่ 4.14 งานติดตั้งแบ็คดร็อป (Backdrop).....	20
ภาพประกอบที่ 4.15 การประสานงานในงานอบรม ( Boot camp ).....	21
ภาพประกอบที่ 4.16 การจัดเตรียมงาน.....	21
ภาพประกอบที่ 4.17 บรรยากาศงานฝึกอบรม ( Boot camp).....	22
ภาพประกอบที่ 4.18 งานประกาศรางวัลผู้แข่งขัน.....	22
ภาพประกอบที่ 4.19 การประชุมการทำงาน.....	23
ภาพประกอบที่ 4.20 ตัวอย่างนามบัตรใหม่และนามบัตรเก่า.....	24
ภาพประกอบที่ 4.21 เว็บไซต์20เว็บไซต์ที่ติดต่อขอลงโฆษณา.....	25
ภาพประกอบที่ 4.22 รายละเอียดของเว็บไซต์พันธมิตร.....	25
ภาพประกอบที่ 4.23 ข้อมูลการลงโฆษณารายการทางช่อง3.....	26
ภาพประกอบที่ 4.24 ช่องรายการยูทูปที่ชาวต่างชาติรับชม.....	26

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การโฆษณาเป็นการสื่อสารโน้มน้าวใจชักจูงใจโดยการใช้สื่อประเภทต่างๆเพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมในการใช้สินค้าและบริการ โดยให้สื่อให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะการให้ข้อมูลการนำเสนอในสื่อต่างๆเช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อออฟไลน์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างการรับรู้และเกิดพฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงไปใช้งานบริการและสินค้านั้นๆ

การวางแผนการใช้สื่อโฆษณา ซึ่งต้องวางแผนการใช้สื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์กลุ่มเป้าหมาย งบประมาณและระยะเวลาที่กำหนด การวางกลยุทธ์การใช้สื่อจึงทำให้ส่งผลในด้านของการสร้างยอดขายและการสร้างการรับรู้ จำเป็นจะต้องมีกลยุทธ์เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น ทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักสินค้าและบริการเพื่อเป็นตัวเลือกในการเลือกซื้อสินค้าและบริการจากคู่แข่งชั้นทางการตลาด

รายงานสหกิจศึกษานี้จึงเป็นการศึกษาการวางแผนและการผลิตสื่อโฆษณาของบริษัทออลแมกซ์มีเดีย แอนด์แอดเวอร์ไทซิงจำกัด เพื่อวางแผนการใช้สื่อโฆษณาและผลิตสื่อโฆษณา งาน Thai fax Thailand 2018 บริษัทพลังผัก Oh viggie งาน โครงการ Panus Thailand Logtech Award 2018 และ เพื่อเป็นการวางแผนการใช้สื่อโฆษณาให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์ เพื่อทำให้งานที่ได้รับสำเร็จลุล่วงตามขอบเขตของงานที่กำหนด

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาขั้นตอนของตำแหน่งของฝ่ายสื่อสารการตลาด
2. เพื่อศึกษาการวางแผนการใช้สื่อโฆษณาและศึกษาการผลิตสื่อโฆษณาของบริษัท ออลแมช มีเดียแอนด์เอ็ดเวอไทซิง จำกัด

จากการเรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริงและสามารถนำความรู้จากการทำงานไปใช้ได้จริงในอนาคต

## 1.3 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาเพื่อศึกษาขั้นตอนการประสานงานของตำแหน่งผู้ช่วยฝ่ายสื่อสารการตลาดเพื่อจัดทำแผนการโฆษณา ระหว่างวันที่ 14 พฤษภาคม 2561 – 31 สิงหาคม 2561

## 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ได้ทราบขั้นตอนการทำงานของตำแหน่งฝ่ายสื่อสารการตลาดเพื่อจัดทำแผนการทำโฆษณาและผลิตสื่อให้กับองค์กรต่างๆ ทำให้ได้เรียนรู้การประสานงานในส่วนต่างๆการวางแผนขั้นตอนการทำงานจากการปฏิบัติงานจริงทำให้เกิดการพัฒนาการในด้านการทำงานจริงในอนาคต

## บทที่ 2

### บททวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

รายงานงานสหกิจศึกษาเรื่อง “การวางแผนและการผลิตสื่อ โฆษณาของบริษัทออลแมชชีนเดีย แอนด์แอดเวทไทซ์ จำกัด ทั้งนี้ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดทฤษฎี มาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเรียนรู้ กระบวนการทำงานและวิเคราะห์งานดังนี้

2.1 แนวคิดหน้าที่ฝ่ายสื่อสารการตลาด

2.2 แนวคิดการใช้สื่อโฆษณา

2.3 แนวคิดการวางแผนสื่อโฆษณา

#### 2.1 แนวคิดหน้าที่ของฝ่ายสื่อสารการตลาด

การสื่อสารการตลาดเป็นการทำงานเพื่อเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค ที่ปฏิบัติงานใน ด้านกิจกรรมทางการตลาด เพื่อสร้างการรับรู้ สร้างความเข้าใจ และสร้างการยอมรับระหว่างธุรกิจกับ ผู้บริโภค โดยมุ่งหวังให้เกิดผลสำคัญคือช่วยกระตุ้นการขาย (Sale) และสร้างความจงรักภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) กิจกรรมการสื่อสารการตลาดจึงประกอบด้วยส่วนสำคัญคือ การโฆษณา การ ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการตลาด โดยทำให้สื่อออกไปยังกลุ่มเป้าหมายตามที่ผู้ผลิต ต้องการได้มากที่สุด โดยการสื่อสารทางการตลาดสามารถทำได้ด้วยการใช้คำพูด รูปภาพ ผ่านช่อง ทางด้านสื่อต่างๆ

ฝ่ายสื่อสารการตลาดจำเป็นต้องใช้เครื่องมือการติดต่อสื่อสารการตลาดเพื่อแจ้งข่าวสารมุ่งใจ สร้างทัศนคติ และพฤติกรรมที่ดี ดังนี้

1. การโฆษณา คือกิจกรรมทางการตลาดที่จัดทำขึ้นมาเพื่อสนับสนุนการขาย เพิ่มกำไร แนะนำ ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นในตลาด

2. การประชาสัมพันธ์ เป็นหนึ่งในกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งอย่าง ที่นับวันจะยังมี บทบาทมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการสร้างเสริมเพิ่มความแข็งแกร่งให้แก่แบรนด์ หรือสินค้าทั้งทางตรง และ ทางอ้อมโดยการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเหนือคู่แข่งและเพื่อเป็นการให้ข้อมูลสามารถส่งเสริมการขายได้ เป็นอย่าง



3. การสื่อสารการตลาดทางตรง เป็นการทำการตลาดโดยการติดต่อกับลูกค้าโดยตรง ระหว่างธุรกิจ กับผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายโดยตรง เพื่อกระตุ้นความสัมพันธ์ โดยสื่อสารกับลูกค้าโดยตรง ด้วยการพูดคุย ซึ่งการพูดคุยถือเป็นพื้นฐานของการสร้างความสัมพันธ์

4. การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาด เป็นการทำการตลาดเพื่อจูงใจ และกระตุ้นให้เกิดการขายที่เร็วขึ้น การหาลูกค้าใหม่เป็นการทำให้ลูกค้าที่ไม่เคยใช้สินค้า และบริการมาก่อน เกิดความสนใจ และต้องการซื้อสินค้า อาจเป็นการ ลด แลก แจก แถม เพื่อรักษาลูกค้า

5. สื่อสารแบบส่วนตัว หรือการสื่อสารโดยพนักงาน เป็นการสื่อสารทางการตลาดแบบใช้พนักงานขาย มักจะถูกใช้กับสินค้าที่มีรายละเอียดการใช้งาน หรือวิธีการใช้งานที่ซับซ้อน เพื่อให้พนักงานอธิบายถึงผลิตภัณฑ์ ที่ไม่สามารถขายทางอินเทอร์เน็ต หรือขายตามหน้าร้านปกติ

การสื่อสารทางการตลาด ถูกทำขึ้นมาเพื่อสนับสนุนการทำการตลาดในเรื่องของการสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ ให้กับผู้บริโภค สามารถนำแนวคิดมาใช้ในการทำการสื่อสารการตลาดให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้จากช่องทางต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อ้างอิงจากเว็บไซต์เว็บไซต์ <https://www.am2bmarketing.co.th/online-marketing-article/definition-marketing-communication/> (การสื่อสารการตลาดคืออะไรและเครื่องมือการทำการตลาด)

## 2.2 แนวคิดการใช้สื่อโฆษณา

การใช้สื่อโฆษณา คือกระบวนการเตรียมงาน โฆษณาที่ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ ระยะเวลา กลยุทธ์ในการใช้สื่อโฆษณา มีความสำคัญมากในปัจจุบัน นอกจากจะทำให้กลุ่มเป้าหมายได้รู้จักกับธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ และบริการ ยังเป็นตัวช่วยสำคัญในการกระตุ้นความต้องการซื้อในตัวของกลุ่มลูกค้า กระตุ้นยอดขาย โดยการทำให้โฆษณาสามารถเลือกได้จากเกณฑ์ของการเลือกสื่อโฆษณา ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายคือ วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายว่าเป็นใคร มีพฤติกรรมในการซื้อ การใช้ชีวิต การตัดสินใจแบบไหน เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการคัดเลือก สื่อโฆษณาและกำหนดรูปแบบของการสื่อสาร ช่องทางการสื่อสาร ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการกระจายข่าวสาร เพื่อให้การทำให้โฆษณาตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

การใช้สื่อโฆษณาที่ได้มีการแยกย่อยแบ่งออกเป็นแต่ละประเภทดังนี้

1. สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อที่มีรูปแบบการทำโฆษณาผ่านหน้ากระดาษ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ โปสเตอร์
2. สื่อโทรทัศน์ เป็นสื่อโฆษณาที่สามารถเข้าถึงลูกค้า หรือกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ที่มีทั้งภาพเคลื่อนไหว และเสียงในการทำโฆษณา ที่สามารถสร้างการจดจำ และทำให้ผู้เข้าชมสามารถเข้าใจ ในสิ่งที่ต้องการสื่อสารได้ง่าย
3. สื่อวิทยุ เป็นสื่อที่ใช้เสียงเพื่อสร้างความสนใจ สามารถเข้าถึงผู้ฟังได้จำนวนมากในวงกว้าง แม้จะเป็นแถบชนบทที่ยังไม่มีไฟฟ้าเข้าถึง ก็สามารถใช้วิทยุได้ ค่าใช้จ่ายในการจัดทำก็ถูก ซึ่งเหมาะกับ ประเภทโฆษณาเฉพาะพื้นที่ หรือการทำโฆษณาสินค้าและบริการทั่วไปที่ไม่ต้องใช้คำบรรยายที่ ซับซ้อนเพราะเป็นการโฆษณาที่ใช้เสียง หรือคำพูดเพียงอย่างเดียว หากเป็นธุรกิจที่ต้องใช้คำอธิบาย เยอะ และซับซ้อนจะทำให้ผู้ฟังไม่เข้าใจในสิ่งที่จะโฆษณาได้
4. สื่อกลางแจ้ง คือสื่อโฆษณาแบบแผ่นป้าย โปสเตอร์ หรือโฆษณาที่สามารถติดตามสถานที่ สาธารณะอย่างป้ายรถเมล์หรือบนรถเมล์, สถานี BTS, MRT ไม่เว้นแม้แต่บริเวณข้างถนนที่มีรถสัญจร ไปมา หรือศูนย์การค้าต่างๆ ก็จะสามารถดึงดูดความสนใจผู้คนได้เป็นจำนวนมาก เพราะการจัดวางสื่อ ได้เลือกพื้นที่ที่ถูกรับเห็นได้ง่าย
5. สื่อออนไลน์ เนื่องจากในปัจจุบันการใช้อินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงทุกคนได้มากขึ้น ทำให้ สื่อออนไลน์เป็นสถานที่ที่เหมาะสมแก่การทำโฆษณาที่มากขึ้น และได้รับความนิยมมากที่สุดในปัจจุบัน โดยการทำสื่อออนไลน์มีข้อดีคือการทำโฆษณาได้ตลอดเวลา การกระจายข้อมูลได้รวดเร็วในวงกว้าง จึงเหมาะกับประเภทธุรกิจขนาดเล็กที่กำลังเริ่มต้นตลาด หรือธุรกิจที่กำลังแนะนำสินค้าใหม่เข้าตลาด ทุกประเภท

สามารถนำแนวคิดมาใช้ในการทำการโฆษณาโดยการเลือกใช้สื่อโฆษณาที่เหมาะสมกับ กลุ่มเป้าหมายในการกระจายข่าวสารต่างๆ เพื่อที่จะทำให้การ โฆษณาตรงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

(อ้างอิงจาก กัลป์ยกร วรกุลลัญฐานันย์ และพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. 2551. การโฆษณาเบื้องต้น)

## 2.3 แนวคิดการวางแผนสื่อโฆษณา

การวางแผนการใช้สื่อโฆษณา จะมีกระบวนการการทำงาน ที่ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ ระยะเวลา กลยุทธ์การใช้สื่อโฆษณา การเลือกสื่อโฆษณา และประสิทธิภาพของแผนงานโฆษณานั้น จะต้องมีความสอดคล้องกับแผนการตลาด โดยการวางแผนสื่อโฆษณามีความสำคัญกับงานโฆษณา เพราะจะช่วยเผยแพร่ข่าวสารทางการตลาดจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพภายในงบประมาณและเวลาที่จำกัด

ดังนั้นการวางแผนการใช้สื่อโฆษณาให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพต้องคำนึงถึงองค์ประกอบหลักดังต่อไปนี้

1. เลือกใช้สื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายการอาศัยข้อมูลต่างๆจากงานวิจัยผู้บริโภค งานวิจัยตลาด ในเชิงประชากรศาสตร์ เศรษฐกิจและสังคม เชิงพฤติกรรม
2. ช่วงเวลาในการทำโฆษณา การเข้าถึงช่วงเวลาที่ผู้บริโภคเข้าถึงมากที่สุด ปัจจัยด้านเวลา ฤดูกาล ด้านวันหยุดและเทศกาล สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน ระยะเวลาในการทำโฆษณา
3. การเข้าถึงหรือความถี่ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์พฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยด้านอื่นๆ
4. การกระตุ้นการรับรู้ การกระตุ้นด้วยเนื้อหาความน่าสนใจของชิ้นงาน เทคนิคการใช้สื่อให้สอดคล้องกับเนื้อหาที่สื่อสาร
5. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวางแผนสื่อ ข้อมูลจากผู้ผลิต ลักษณะผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ข้อมูลคู่แข่ง ข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาโฆษณา

สามารถนำแนวคิดที่ได้มาใช้ในการวางแผนก่อนทำการโฆษณาเพื่อเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลก่อนวางแผนงาน และกลยุทธ์การนำเสนองานก่อนทำการโฆษณาให้เกิดความสอดคล้องและตรงกับวัตถุประสงค์ของการโฆษณา เพื่อเกิดประโยชน์ในด้านการตลาดและการสื่อสาร

(อ้างอิงจาก ไพจิตร เทียนทอง การวางแผนสื่อโฆษณา (Media Plan) .)

### บทที่ 3

#### รายละเอียดการปฏิบัติงาน

##### 3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

3.1.1 ชื่อสถานประกอบการ บริษัท ออลแมชมีเดียแอนด์แอดเวอไทซิง จำกัด

3.1.2 ที่ตั้งสถานประกอบการ 10/71หมู่บ้านสินทรัพย์นครการ์เด็นที่ 3/2

ถนนกาญจนาภิเษก แขวง/เขต บางแค 10160

หมายเลขโทรศัพท์ 02 – 464 - 5470

E – mail : allmatchma@gmail.com



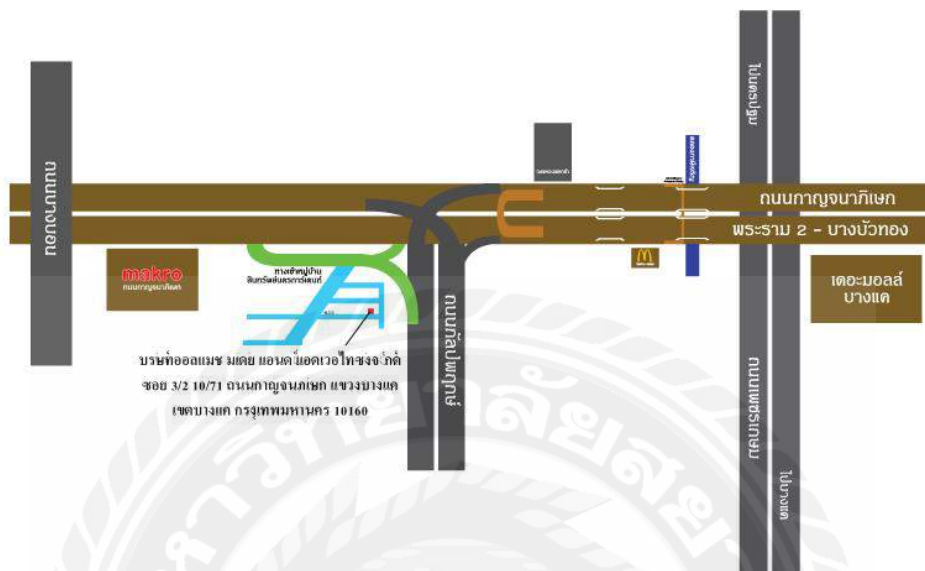
Media & Advertising

บริษัท ออลแมช มีเดีย แอนด์ แอดเวอไทซิง จำกัด

ALL MATCH MEDIA & ADVENTISING CO.,LTD.

ภาพประกอบที่ 3.1 ตราสัญลักษณ์ (Logo) บริษัท ออลแมชมีเดียแอนด์แอดเวอไทซิง

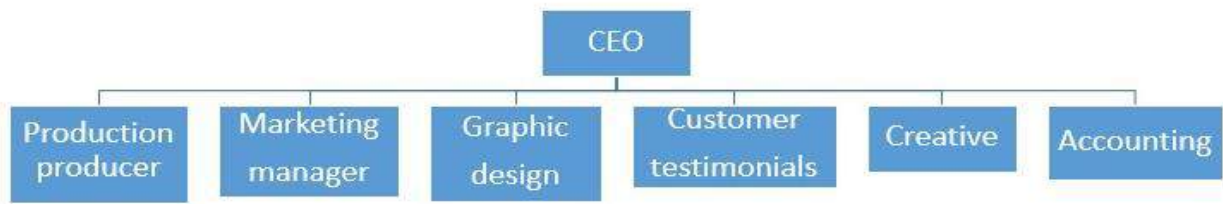
จำกัด



ภาพประกอบที่ 3.2 แผนที่บริษัท ออลแมช มีเดีย แอนด์ แอคทีวไอที จำกัด

### 3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์ การให้บริการหลักขององค์กร

บริษัท ออลแมชมีเดียแอนด์แอคทีวไอที จำกัด เป็นบริษัททำธุรกิจเกี่ยวกับเครื่องมือทางการตลาดในส่วนของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการสร้างแบรนด์ (Branding) โดยบริษัททำสื่อทุกชนิด หรือการส่งเสริมการตลาด รวมไปถึงงานอีเว้นท์ (Event)



รูปที่ 3.3 Flowchart องค์กร

### 3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารงานขององค์กร

รูปแบบการจัดการของบริษัท ออลแมช มิเดีย แอนด์ แอดเวอไทซิง จำกัด องค์กรมีผู้บริหารเป็นผู้ ออกแผนงานให้พนักงานดำเนินงานตามแผนแล้วมี ผู้จัดการฝ่ายการตลาด (Marketing Manager) เป็นผู้รับ หน้าที่บริหารงานต่างๆ โดยมีฝ่ายผลิต ( Production Producer) ดูแลในส่วนงานผลิตต่างๆ ส่วนงานอาร์ต จะ มีฝ่ายออกแบบกราฟิก (Graphic Design) เป็นคนดูแล หากงานไหนจำเป็นต้องใช้ ฝ่ายความคิดสร้างสรรค์ (Creative) ดูแลงานสร้างสรรค์ ฝ่ายบัญชี (Accounting) และฝ่ายรับรองลูกค้า (Customer Testimonials) จะมีการดูแลลูกค้าของตัวเองแยกออกไปอย่างชัดเจน

### 3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

#### 3.4.1 ตำแหน่งที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

นาย อธิธิลักษณ์ ตัณฑะพงษ์

ตำแหน่ง สื่อสารการตลาด

3.4.2 ลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมายคือการวางแผนการใช้สื่อ ออนไลน์ ออฟไลน์ นอกเหนือจากรายงานคือ การเป็นผู้ช่วยในด้านต่างๆ ทั้งติดต่อประสานงานกับลูกค้า ออกแบบงานกราฟิก และดูสถานที่ขึ้นป้ายบิลบอร์ด คุ่มช่างติดตั้งป้าย





ภาพประกอบที่ 3.4 พนักงานที่ปรึกษา

### 3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา

3.5.1 ชื่อ คุณ ศรายุทธ จงสุขไว

3.5.2 ตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา

ฝ่ายผลิต ( Production )

### 3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

3.6.1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2561 – 31 สิงหาคม 2561

(รวม 16 สัปดาห์)

3.6.2 วันเวลาในการปฏิบัติสหกิจ วันจันทร์ – วันศุกร์ เวลา 09.00 น. – 17.00 น.

### 3.7 แผนผังการปฏิบัติงาน

ลำดับ	งานที่ได้รับ	การปฏิบัติงาน
1		ศึกษาขั้นตอนการทำงาน
	บริษัท พลังผัก	จัดงานอีเวนต์ (Event) บริษัท พลังผักในงาน Thai fax Thailand 2018
2		หาป้ายบิลบอร์ด (Billboard)
3		ติดต่อขอราคาเช่าป้ายบิลบอร์ด (Billboard)
4	Panus Assembly	ประชุมรับรายละเอียดของงาน (Brief) บริษัท Panus Logtech Thailand
5		ออกแบบโล่รางวัลสำหรับผู้ชนะการประกวด
6		ออกแบบป้ายรางวัลผู้ชนะการประกวด โปสเตอร์
		แก้ไขงานให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า
7		ทำพิธีเซ็นเพื่อนำเสนองาน บริษัท Panus Thailand Logtech Award 2018
8	Panus Assembly	จัดหานักศึกษาและบุคคลทั่วไปเข้าร่วมโครงการ
9		ดูแลเพจ Panus Thailand Logtech Award 2018
10		จัดงานเปิดตัวโครงการ Panus Thailand Logtech Award 2018
11		หาป้ายบิลบอร์ด (Billboard)
12	Panus Assembly  งานอื่นๆ	จัดงานอบรมผู้เข้าประกวดโครงการ Panus Thailand Logtech Award 2018
13		ออกแบบนามบัตรให้กับพนักงาน
14		ออแลกซ์มีเดียแอนด์แอดเวอไทซิงจำกัด
		ทำพิธีเซ็นบริษัท สำหรับนำเสนอลูกค้า
15		ติดต่อประสานงานขอราคาสื่อต่างๆ
16		

ตารางที่ 3.7 แผนผังการปฏิบัติงาน

### 3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

#### 3.8.1 อุปกรณ์ด้านฮาร์ดแวร์

- Computer จำนวน 1 เครื่อง
- โทรศัพท์ จำนวน 1 เครื่อง

#### 3.8.2 อุปกรณ์ด้านซอฟต์แวร์

- โปรแกรม ( Adobe Illustrator CS6 )
- โปรแกรม ( Adobe Photoshop CS6 )

#### 3.8.3 อุปกรณ์อื่นๆ

- อุปกรณ์จัดบันทึก



## บทที่ 4

### รายงานผลการปฏิบัติงาน

จากการที่ได้ปฏิบัติงานบริษัทออลแมชชีนเดี่ยแอนด์แอดเวอไทซิงจำกัด ผู้ศึกษาได้เรียนรู้เรื่องการวางแผนและการผลิตสื่อโฆษณาของบริษัทออลแมชชีนเดี่ยแอนด์แอดเวอไทซิงจำกัด ซึ่งการวางแผนและการผลิตสื่อโฆษณาต้องวิเคราะห์จากขอบเขตและข้อกำหนดของงานที่ได้รับจากลูกค้า การวางแผนกลยุทธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย จากการที่ได้ปฏิบัติงานจริงนั้นพบว่าการทำงานในเรื่องดังกล่าวมีความสอดคล้องในเรื่องที่ได้ศึกษาจากการเรียนมา โดยผลการปฏิบัติงานทำให้ทราบถึงขั้นตอนการทำงานต่างๆดังนี้

#### 4.1 การปฏิบัติงานของฝ่ายสื่อสารการตลาด

การทำงานของฝ่ายสื่อสารการตลาด หลังจากผ่านกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆส่วนแบ่งทางการตลาด กลุ่มเป้าหมาย การวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ ฝ่ายสื่อสารการตลาดจึงมีหน้าที่ทำการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายให้มีประสิทธิภาพ โดยเป็นงานด้านติดต่อสื่อโฆษณาต่างๆวางแผนการซื้อสื่อ ดูแลเรื่องแบรนด์ (Brand) ของลูกค้า การติดต่อประสานงานกับฝ่ายต่างๆในการจัดอีเวนต์ งานเปิดตัวสินค้า งานแถลงข่าว รวมถึงงานด้านออกแบบ รวมถึงผลิตสื่อโฆษณา

#### การปฏิบัติงานของผู้ศึกษาที่ได้ปฏิบัติ

- 4.1. การจัดกิจกรรมพิเศษบูธบริษัทพลังผัก
- 4.2. งานการเปิดตัวโครงการบริษัท Panus Assembly
- 4.3 งานด้านอื่นๆ (นามบัตร,ติดต่อประสานงาน)

#### 4.1. การจัดการกิจกรรมพิเศษของบริษัทพลังผัก

เริ่มตั้งแต่ฝ่ายบริหารงานลูกค้า (AE) รับงานมาจากสินค้าที่เป็นสินค้าบริษัทพลังผัก Oh viggie เพื่อต้องการนำสินค้าที่เป็นผักสดพร้อมทานมาจัดบูทงานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่มนานาชาติที่อิมแพ็ค อารีน่าเมืองทองธานี



ภาพประกอบที่ 4.1 งานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่มนานาชาติ Thaixef World of food asia 2018

#### ขั้นตอนการเตรียมงาน (Pre-production)

จากการประชุมงานในด้านต่าง ๆ งานที่ผู้ศึกษาได้รับเป็นงานด้านออกแบบพื้นหลังของบูทเพื่อที่จะนำไปใช้ในการจัดบูทรวมถึงประสานงานการติดตั้งบูท การตรวจเช็คหลังจากการติดตั้งบูทให้เสร็จสมบูรณ์ตามแบบที่กำหนด การออกแบบที่เหมาะสมสำหรับการออกบูทจะต้องสื่อถึงภาพลักษณ์ของสินค้าและบริษัท การจัดวางองค์ประกอบของภาพต้องเห็นภาพสินค้าได้ชัดเจน เมื่อนำงานที่ออกแบบให้ลูกค้าจะมีการให้ปรับแก้ไขรูปแบบตัวอักษรและสีให้ดูสดใส และนำงานที่แก้ไขจนลูกค้าเกิดความพอใจก่อนที่จะนำไปผลิตใช้งานจริง



ภาพประกอบที่ 4.2 งานด้านออกแบบป้ายพื้นหลังบูธ (Backdrop)



ภาพประกอบที่ 4.3 รูปตัวอย่างบูธ

### ขั้นตอนการผลิต

ผู้ศึกษาได้รับมอบหมายงานให้ประสานงานกับทางลูกค้าและ ออแกไนซ์ (Organizer) กลางของงาน และประสานงานกับผู้ผลิตบูธให้บูธออกมาถูกต้องตามแบบและเสร็จตามเวลาที่กำหนด ซึ่งต้องคอยติดตามงานกับฝ่ายผลิต การนัดวันและเวลาให้ช่างเข้ามาติดตั้งตามเวลา เพื่อไม่ให้เกินเวลาของงาน และดูแลควบคุมการผลิตให้งานออกมาถูกต้องตามแบบและสวยงามไม่ให้เกิดความผิดพลาดก่อนวันที่จะมีการจัดงาน THAIFEX



Timeline Booth Oh Veggies นามขบธูร C3 D72			
วันที่	รายการ	เวลา	เบอร์ติดต่อ
26/5/2018	จุดแลกบัตรจุดเดียวที่จุด P9 ดรงทะเลสาบ		
26/5/2018	เริ่มเข้าฮอล		082-494-2494 คนแวน
26/5/2018	ปูพรม สีเทาแซมดำ พร้อมแฉับ เพื่อป้องกันความสกปรก	11:00	089-791-6839 พี่เกริก
26/5/2018	ติดตั้งแผงไม้และโครงเหล็ก Backdrop ระแนงไม้พร้อมตกแต่งเดาวัล และ เคานท์เตอร์	11:00	
26/5/2018	งานเดินระบบไฟฟ้า และตัดไฟภายในบูธ	12:00-16:00	
26/5/2018	ติดตั้งงานสติ๊กเกอร์ภายในบูธ	16:00-17:00	
26/5/2018	ลูกค้านำตุ้บเข้ามาส่งให้ติดตั้งภายในบูธ	17:00-18:00	
26/5/2018	ตรวจเช็คความเรียบร้อยของบูธ	18:00-19:00	
26/5/2018	ลูกค้าเริ่มนำของดีสเพลย์มาจัดวางภายในบูธได้	19:00-20:00	
28/5/2018	ชุดโต๊ะเก้าอี้ Close sale 2 ชุดมาส่ง	ทั้งวัน	
28/5/2018	งานรื้อถอนบูธ	17:00-18:00	
3/6/2018		11:00-23:00	

ภาพประกอบที่ 4.4 กำหนดวัน-เวลาในการเตรียมงาน



ภาพประกอบที่ 4.5 ควบคุมการติดตั้งให้ถูกต้องตามแบบที่ลูกค้าต้องการ

#### ขั้นตอนการตรวจสอบความเรียบร้อยหลังติดตั้ง

เมื่อติดตั้งเสร็จเรียบร้อยจะต้องตรวจสอบในจุดต่างๆระบบไฟฟ้าต่างๆรอยแตกร้าวของบูธ เครื่อง  
 แชน่ และจอแอลอีดี ให้เรียบร้อยอยู่ในสภาพพร้อมใช้งานเสมอเพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดในวันจัดงาน



ภาพประกอบที่ 4.6 ตรวจสอบเช็คความเรียบร้อยหลังจากติดตั้งบูธบริษัทพลังผักแบรนด์ Oh Veggie



ภาพประกอบที่ 4.7 ประสานงานต่างๆในการติดตั้งบูธ

#### 4.2 งานการเปิดตัวโครงการบริษัท Panus Thailand Logtech

เริ่มจากนักศึกษาได้เข้าร่วมประชุมกับบริษัทพีแอสเซมบลีย์จำกัด ในโครงการPanus Thailand Logtech Award 2018 ที่ร่วมมือกับสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อให้นักศึกษาและบุคคลทั่วไป เข้าร่วมประกวดโครงการในด้านโ

จิตติศาสตร์ เพื่อมอบความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ในอนาคต จากการประชุมงานจะมีการคัดเลือกนักศึกษา และบุคคลทั่วไปรวม 20 ทีม เพื่อแข่งขันประกวดการออกแบบระบบโลจิสติกส์ในด้านต่างๆ และงานแถลงข่าวเปิดตัวโครงการ งานอบรมทีมเข้ารอบ และงานมอบรางวัล

#### 4.2.1 ขั้นตอนการเตรียมงาน

โดยงานที่ผู้ศึกษาได้รับมอบหมายงานจะเป็นงานเขียนคอนเทนต์ (Content) บนเฟซบุ๊ก (Facebook) งานด้านออกแบบกราฟฟิก (Graphic) และงานด้านการประสานงานกับฝ่ายต่างๆ ในการจัดกิจกรรมการประกวดติดต่อเช่าสถานที่ ติดต่อช่างติดตั้งจอแอลอีดี ติดต่อมหาวิทยาลัยต่างๆ เพื่อให้ส่งนักศึกษาเข้าร่วมโครงการและอาหารว่างสำหรับผู้เข้าร่วมโครงการ



ภาพประกอบที่ 4.8 เข้าร่วมประชุมประสานงานกับฝ่ายต่างๆ

#### ขั้นตอนการผลิต

หลังจากผู้ศึกษาได้รับมอบหมายงานจึงทำการออกแบบโดยในชิ้นงานจะต้องมีรูปยานพาหนะในแบบและตราสัญลักษณ์ (Logo) ของทางบริษัทลูกค้าในงานทุกชิ้น โดยให้สื่อถึงการขนส่งในด้านต่างๆ ของระบบโลจิสติกส์ และภาพโปสเตอร์ที่จะต้องเผยแพร่ในมหาวิทยาลัยต่างๆ และในเฟซบุ๊ก (Facebook) ป้ายการประกวด โล่รางวัล เพื่อจะนำไปใช้ในงานมอบรางวัลแก่ผู้ที่ชนะการประกวด และป้ายพื้นหลังสำหรับงานแถลงข่าวของโครงการ งานทุกชิ้นจะมีการปรับแก้ให้ลูกค้าก่อนจะนำชิ้นงานมาผลิตจริงเพื่อนำไปใช้ใน งานของลูกค้า





ภาพประกอบที่ 4.9 งานเขียนคอนเทนต์ (content) บนเฟซบุ๊ก (facebook)



ภาพประกอบที่ 5.0 งานออกแบบรางวัลผู้ชนะการประกวด



ภาพประกอบที่ 5.1 งานออกแบบโล่รางวัลผู้ชนะเลิศการประกวด



ภาพประกอบที่ 5.2 งานออกแบบโปสเตอร์ (Poster)

## การติดตั้ง

ในโครงการ Panus Thailand Logtech Award 2018 ตามขอบเขตของงานจะต้องมีงานแถลงข่าว เปิดตัวโครงการ งานอบรม (Bootcamp) งานประกาศผล เมื่อถึงวันจัดงานผู้ศึกษาจะต้องเข้าไปจัดเตรียม สถานที่สำหรับจัดงาน โดยตรวจเช็คระบบคอมพิวเตอร์ เตรียมเอกสารต่างๆ สคริป (Scrip) พิธีกร กำหนดการจัดงานตามเวลา และติดต่อช่างเข้ามาติดตั้งอุปกรณ์ต่างๆภายในงาน



ภาพประกอบที่ 5.3 งานเปิดตัวแถลงข่าวโครงการ (Press Conference)



ภาพประกอบที่ 5.3 งานติดตั้งแบ็คดร็อป (Backdrop)





ภาพประกอบที่ 5.4 การประสานงานในงานอบรม ( Boot camp )



ภาพประกอบที่ 5.5 การจัดเตรียมงาน



ภาพประกอบที่ 5.6 บรรยายภาคงานฝึกอบรม ( Boothcam )



ภาพประกอบที่ 5.7 งานประกาศรางวัลผู้แข่งขัน





ภาพประกอบที่ 5.8 การประชุมการทำงาน

#### 4.3 งานด้านอื่นๆ (ออกแบบนามบัตร, ประสานงาน)

ผู้ศึกษาได้รับมอบหมายงานต่างๆงานออกแบบนามบัตร งานออกแบบสินค้าสำหรับเผยแพร่บนสื่อออนไลน์ ติดต่อขอราคาสื่อต่างๆเพื่อทำการลงโฆษณา สื่อในสนามบิน สื่อออนไลน์เช่น เว็บไซต์ต่างๆ ยูทูป สื่อโทรทัศน์ช่องต่างๆ

##### งานออกแบบนามบัตร

นามบัตรสำหรับแนะนำตัวกับลูกค้า โดยรูปแบบนามบัตรเก่าที่มีข้อผิดพลาดไม่ตอบโจทย์ในหลายๆด้าน โดยโจทย์ที่ได้รับนามบัตรจะต้องมีความทันสมัยและสื่อถึงภาพรวมขององค์กร มีความเรียบง่าย รูปแบบตัวอักษร ขนาดตัวอักษรชัดเจนมองเห็นได้ง่าย และโทนสีขององค์กรที่มีโทนสีเหลืองสดใสที่เกี่ยวกับการออกแบบด้านความคิดสร้างสรรค์ สีดำที่ดูเป็นทางการ และพื้นหลังสีขาวที่แฝงไปด้วยความเป็นมืออาชีพและง่ายต่อการอ่าน หลังจากงานออกแบบเสร็จจะมีการแก้ไขในรูปแบบของตัวอักษรและขนาดตัวอักษรก่อนที่จะถูกนำไปใช้ผลิตงานจริงเพื่อใช้แนะนำตัวกับลูกค้า



ภาพประกอบที่ 5.9 ตัวอย่างนามบัตรใหม่และนามบัตรเก่า

### งานติดต่อขอราคาสื่อต่างๆ

ผู้ศึกษาได้รับมอบหมายงานให้หาสื่อออนไลน์เป็นเว็บไซต์จำนวน 20 เว็บไซต์ ที่มีการเข้าใช้งานมากที่สุดในประเทศไทยเพื่อทำงานลงโฆษณาเป็นแบนเนอร์งานแสดงสินค้าเฟอร์นิเจอร์ ผู้ศึกษาจึงได้ทำการหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ต และทำการติดต่อขอราคาสำหรับลงโฆษณา โดยแจ้งสินค้าที่ต้องการลงโฆษณา ระยะเวลา และอีเมล (E-mail) เพื่อให้ทางเว็บไซต์ส่งราคาแพ็คเกจสำหรับเอเจนซี่ (Agency) และติดต่อขอราคาแพ็คเกจทางช่องทีวีเพื่อให้ทางรายการทำการพูดประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้าเฟอร์นิเจอร์ภายในรายการ ในส่วนของกลุ่มเป้าหมายชาวต่างชาติจะมีการติดต่อขอราคาสื่อสิ่งพิมพ์บนเครื่องบินโดยสารต่างประเทศที่เข้ามาในประเทศไทย และติดต่อผ่านสื่อออนไลน์ทางยูทูปโดยช่องยูทูปจะเป็นช่องทางที่ชาวต่างชาตินิยมมากที่สุดของชาวต่างชาติเพื่อทำการลงโฆษณา

# BANNER WEB



ภาพประกอบที่ 6.0 เว็บไซต์ 20 เว็บไซต์ที่ติดต่อก่อนโฆษณา

**B6 : Top Billboard** (970x250 pixels)

200 Baht/CPM  
(ราคาตามทุกห้อง)

- ราคารับเงิน 40,000 บาท/เดือน ( 200 CPM )
- (1 CPM = การแสดงบนหน้าจอ 1,000 ครั้ง)
- \* บนหน้าจอแสดงในกรณีที่มีการวางตัวสินค้า 1 และจะแสดงผลในกรณีที่มีการวางตัวสินค้า 2 ความถี่ขึ้นกับวัน

**C7 : Top Comment Banner**  
(300x250 pixels)

120 Baht/CPM : ราคากำหนดทุกห้อง (ราคาตามห้องที่มีการแสดงบนหน้าจอ)  
(1 CPM = การแสดงบนหน้าจอ 1,000 ครั้ง)

• ราคารับเงิน 24,000 บาท/เดือน ( 200 CPM )

\* โดยจะแสดงผลในกรณีที่มีการวางตัวสินค้า 1 และจะแสดงผลในกรณีที่มีการวางตัวสินค้า 2 ความถี่ขึ้นกับวัน

24,000 THB

40,000 THB

ภาพประกอบที่ 6.1 รายละเอียดของเว็บไซต์พันธมิตร



### TV 3 เรื่องเล่าซำป๋อ (06.00-08.45/จ.-ศ.)

PR 1 TIME + SPOT 2 MIN IN TV  
510,000 THB



### TV 3 พู่ห้วงถึงพู่ห้วง (08.45-09.30/จ.-ศ.)

Option I. Promotion VTR Prime Time  
 - Buy VTR on Ch.13 India Series -Asake 18.20 get 1 free in the same program or other program / 100,000 Baht per month  
 - Buy VTR on Ch.28 Drama 19.10 get 1 free in Drama 18.20 / 150,000 Baht per month



### TV ONE31 ข่าวเย็นช่วงวัน (16.00-17.00/จ.-ศ.)

PR + Insert Poster ภาวนความยาว 1 นาที : จำนวน 3 ครั้ง  
250,000 THB

ภาพประกอบที่ 6.2 ข้อมูลการลงโฆษณารายการทางช่อง 3

Online: YOUTUBE : ออกตามรายการของต่างประเทศ



ภาพประกอบที่ 6.3 ช่องรายการยูทูปที่ชาวต่างชาติรับชม



Magazine : Health, Traveller, Food



ภาพประกอบที่ 6.4 สื่อสิ่งพิมพ์ บนสายการบิน

## บทที่ ๕

### สรุปผลและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

จากการปฏิบัติงานที่ บริษัท ออลแมชชีเนียแอนด์แอดเวอร์ไทซิง จำกัด เป็นระยะเวลา 16 สัปดาห์ ตั้งแต่ ตั้งแต่วันจันทร์ที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2561 ถึงวันศุกร์ที่ 31 สิงหาคม พ.ศ. 2561 งานที่ได้รับมาจะเป็นงานที่จะต้องติดต่อสื่อสารและวางแผนการใช้สื่อต่างๆรวมถึงงานที่จะต้องใช้ความคิด ออกแบบคอนเซ็ป (concept) ของงานต่างๆ การออกแบบโปสเตอร์ออกแบบพื้นหลังบูธ (backdrop) งานในโฆษณาต่างๆ รวมถึงการรับบริฟจากฝ่ายบริหารงานลูกค้า (AE) การทำงานให้ลูกค้าพึงพอใจ และเรียนรู้ขั้นตอนการทำงานในบริษัท การทำงานแบบนี้สร้างประสบการณ์ให้กับเราได้เรียนรู้ในเรื่อง ความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับ ความตรงต่อเวลา และการทำงานร่วมกับผู้อื่น

ดังนั้นการที่ได้ออกสหกิจนั้นผู้ศึกษาในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ผู้ศึกษาได้ใช้ความรู้ความสามารถในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบงานต่างๆ และการวางแผนในการใช้สื่อเผยแพร่โฆษณา โดยใช้ความรู้พื้นฐานจากประสบการณ์ในการศึกษามาใช้ปฏิบัติงานจริง ซึ่งในการทำงานด้านต่างๆผู้ศึกษาจึงได้ประสบการณ์ในการทำงานด้านต่างๆและเกิดการเรียนรู้การทำงานจากพนักงานที่ปรึกษาที่ได้สอนการทำงาน เช่น การออกแบบงานกราฟิก (Graphic) ให้เกิดความน่าสนใจ การประสานงานกับฝ่ายต่างๆ การวางแผนการใช้สื่อโฆษณา เป็นต้น เพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถ ประสบการณ์การทำงานจริงทำให้ผู้ศึกษามีความรู้ในการทำงานมากขึ้น

นอกจากนี้ยังมีอุปสรรคในการปฏิบัติงานในแรกเริ่มคือ การที่ผู้ศึกษายังไม่เข้าใจในเนื้อหาของงานที่ใช้คำศัพท์เฉพาะการทำงานจึงเกิดความล่าช้าและยังไม่เข้าใจในเนื้อหาต่างๆของงานและขาดประสบการณ์ในการติดต่อสื่อสาร งานจึงเกิดความผิดพลาด การทำงานกันเป็นทีมต้องรู้จักปรับตัว รู้จักรับฟังความคิดเห็นและการแสดงความคิดเห็น การมีส่วนร่วมในการทำงาน ซึ่งผู้ศึกษายังขาดประสบการณ์ในการทำงาน ดังนั้นผู้ศึกษาจึงต้องพยายามเรียนรู้และหาความรู้เพิ่มเติม โดยการสอบถามและจดบันทึกในสิ่งที่ยังไม่เข้าใจ และขอคำปรึกษาการทำงานจากพนักงานที่ปรึกษาและผู้บริหาร การ-

เข้าประชุม การรับบริฟ (Brief) พนักงานที่ปรึกษาได้สอนวิธีคิดและขั้นตอนการทำงานให้เป็นระบบ และการวางแผนเรียงลำดับความสำคัญของงานให้ผู้ศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจในการทำงานเพิ่มขึ้น

## 5.2 ข้อเสนอแนะการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.2.1 งานที่ได้รับมอบหมายเป็นการดำเนินงานจริง และนำงานไปใช้จริง การทำงานจะต้องมีความรอบคอบ เพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดซึ่งจะทำให้องค์กรเกิดความเสียหาย การประสานงานกับฝ่ายต่างๆและวางแผนการทำงานอย่างเป็นขั้นตอน ผู้ศึกษาจึงต้องมีความกระตือรือร้นความรับผิดชอบ รวมถึงการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบงานด้านต่างๆ

5.2.2 การมีความรอบคอบ เพราะหากเกิดความผิดพลาดในการทำงานด้านต่างๆ เช่นการสื่อสารที่ผิดพลาดในการสอบถามราคาซื้อต่างๆ การสื่อสารกับลูกค้า การทำเอกสารต่างๆหรืองานด้านออกแบบที่ต้องนำไปใช้งานจริง จะเกิดความเสียหายให้กับบริษัทได้ ดังนั้นการทำงานที่ได้รับมอบหมายจึงต้องมีความรอบคอบและต้องตรวจทานงานก่อนที่จะนำงานไปผลิตและส่งมอบลูกค้า เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่จะต้องทำงานใหม่หรือแก้ไขงานใหม่ ทำให้เกิดความล่าช้าขึ้นกว่าเดิม และเกิดความเสียหายให้กับบริษัท เพราะฉะนั้นผู้จัดทำจึงควรมีความรอบคอบให้มากขึ้น



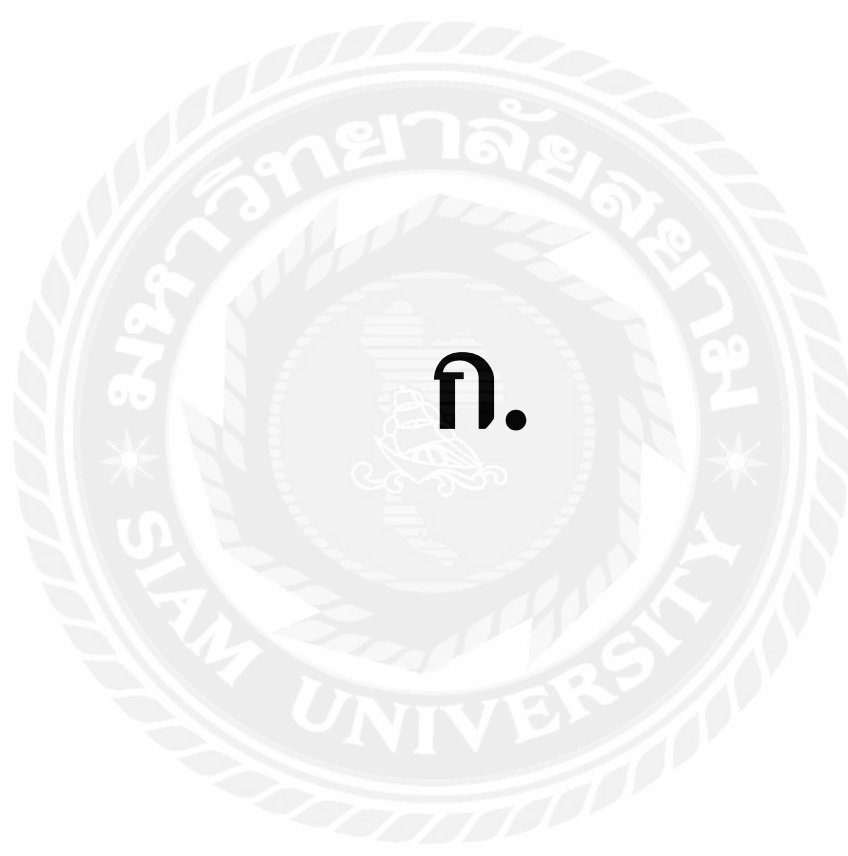


## บรรณานุกรม

- กัลป์ยกร วรกุลลัญจวนิชย์ และพรทิพย์ สัมปิตตะวณิช. (2551). *การโฆษณาเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ไพจิตร เทียนทอง. (2547). *การวางแผนสื่อโฆษณา (Media Plan)*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เลิฟ แอนด์ เลิฟ, 5(2547), หน้า 5
- บริษัท แอมทูบีมาร์เก็ตติ้ง จำกัด. (2561). *การสื่อสารการตลาดคืออะไรและ 6 เครื่องมือการทำ การตลาด*. เข้าถึงได้จาก <https://www.am2bmarketing.co.th/online-marketing-article/definition-marketing-communication/>



# ภาคผนวก



## รูปภาพปฏิบัติงานอื่นๆ



1. ออกแบบงานกราฟฟิกเครื่องดื่ม DINKY WINKY



## 2. ถ่ายรูปป้ายโฆษณาที่ติดตั้งแล้วส่งให้ลูกค้า



## 3. คุมงานเคลื่อนย้ายอุปกรณ์ติดตั้งบูธ





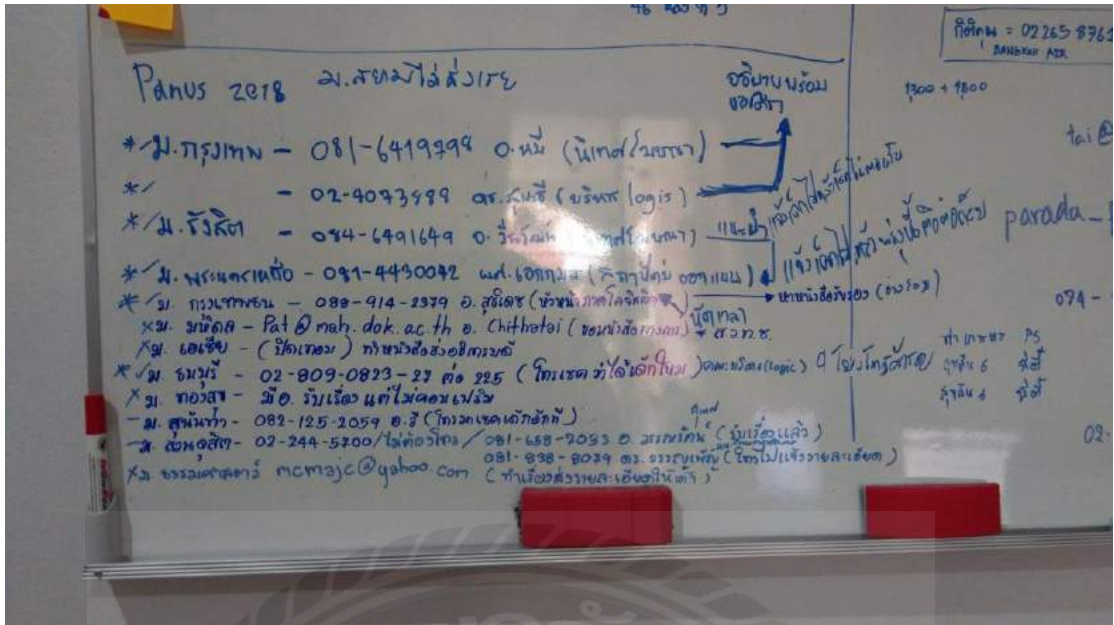
#### 4. ติดต่อเช่าติดตั้งป้ายบิลบอร์ดข้างตึก



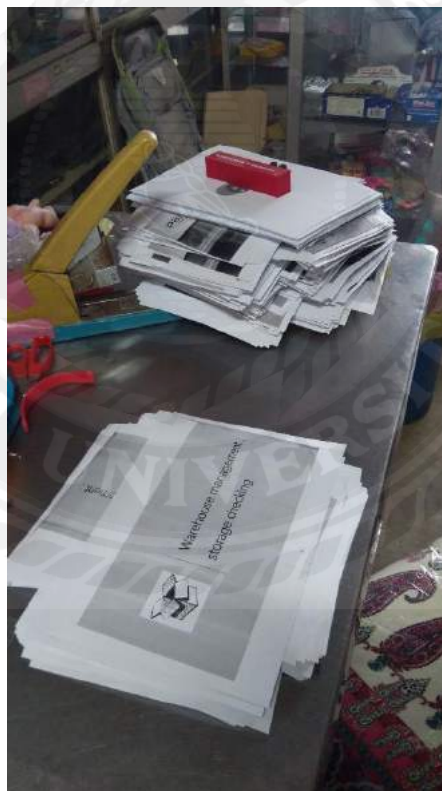
#### 5. บุชรดแลม โบกินี



#### 6. ติดต่อเช่าป้ายโฆษณา



7. ติดต่อมหาวิทยาลัยเพื่อขอใช้พื้นที่



8. จัดเตรียมเอกสารสำหรับการประชุม





### ประวัติผู้จัดทำ

**ชื่อ** นาย อิทธิลักษณ์ ตันตะพะพงษ์  
**รหัสนักศึกษา** 5804600060  
**เบอร์ติดต่อ** 089-147-9299

**Email** ittiluktan@gmail.com

**ที่อยู่ปัจจุบัน** 400/152 ซ.บางแค1 แขวงบางแค เขตบางแค กรุงเทพมหานคร 10160

**ประวัติการศึกษา** 2553 สำเร็จการศึกษามัธยมปลาย  
 โรงเรียนจันทร์ประดิษฐารามวิทยาคม

**ปัจจุบัน** กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี คณะนิเทศศาสตร์  
 วิชาเอก การโฆษณา

**ความสนใจด้านวิชาการ** สื่อสารการตลาด

**ประสบการณ์ด้านสหกิจศึกษา**

**ตำแหน่ง** การสื่อสารการตลาด (Marketing Communications Officer)  
 ฝ่ายสื่อสารการตลาด

**สถานประกอบการ** บริษัท ออลแมช มีเดีย แอนด์ แอดเวอไทซิง จำกัด

**ทักษะและความสามารถพิเศษอื่นๆ**  
 สามารถใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่างๆ ได้ เช่น งานด้านออกแบบ  
 Adobe Photoshop ,Adobe Illustrator