



รายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ขั้นตอนการเขียนข้อความโฆษณากรณีศึกษาเว็บไซต์คอร์สเรียน
ออนไลน์ผ่านสื่อออนไลน์ ของบริษัท Ovia Three ใน พ.ศ. 2561

The Working of Advertising Text: Case Study Of Education Online

Website Of Ovia Three Company Ltd., 2018

โดย

นางสาวจุฑามาศ เหมือนเอี่ยม 5804600255

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาสหกิจศึกษา

ภาควิชาการโฆษณา

คณะนิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 3 ปี การศึกษา 2560

หัวข้อรายงาน : ขั้นตอนการเขียนข้อความโฆษณากรณีศึกษาเว็บไซต์คอร์สเรียนออนไลน์
ผ่านสื่อออนไลน์ของบริษัท Ovia Three ใน พ.ศ. 2561
รายชื่อผู้จัดทำ : นางสาวจุฑามาศ เหมือนเอี่ยม
ภาควิชา : การโฆษณา
อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์ปวรรศ จันทร์เพ็ญ

อนุมัติให้รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ภาควิชาการโฆษณา คณะนิเทศ
ศาสตร์ ประจำปีภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2560

คณะกรรมการสอบรายงาน

✓จรรณ.

.....อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์ปวรรศ จันทร์เพ็ญ)

อมรา พัฒนมาศ

.....พนักงานที่ปรึกษา

(นางสาวอมรา พัฒนมาศ)

.....ประธานกรรมการ

(อาจารย์สมเกียรติ ศรีเพชร)

.....ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มารุจ ลิ้มปะวัดนะ)

ชื่อโครงการ : ขั้นตอนการเขียนข้อความโฆษณากรณีศึกษาเว็บไซต์คอร์สเรียน
ออนไลน์ผ่านสื่อออนไลน์ ของบริษัท Ovia Three ใน พ.ศ. 2561

ชื่อนักศึกษา : นางสาว จุฑามาศ เหมือนเอี่ยม

อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์ปวรรศ จันทร์เพ็ญ

ระดับการศึกษา : ปริญญาตรี

ภาควิชา : การโฆษณา

คณะ : นิเทศศาสตร์

ภาคการศึกษา/ ปีการศึกษา : 3/2560

บทคัดย่อ

รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาเรื่อง “ขั้นตอนการเขียนข้อความโฆษณากรณีศึกษาเว็บไซต์คอร์สเรียนออนไลน์ผ่านสื่อออนไลน์ ของบริษัท Ovia Three ใน พ.ศ. 2561” มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาขั้นตอนการโฆษณา บริษัท Ovia Three ซึ่งประกอบไปด้วยการทำงานโฆษณา ลักษณะการคิดแบบสร้างสรรค์ การคิดข้อความโฆษณา และเพื่อได้เรียนรู้ขั้นตอนในการคิดข้อความเพื่อการโฆษณา

บริษัท OVIA THREE ดำเนินธุรกิจด้านการออกแบบเว็บไซต์ การโฆษณาออนไลน์ จัดทำระบบ E-Commerce และ Online Marketing ผู้จัดทำได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานในตำแหน่งผู้ช่วยตำแหน่ง Copy Writer (คนเขียนคำโฆษณา) โดยมีหน้าที่รับผิดชอบคิดและเรียบเรียงข้อความโฆษณาบนเว็บไซต์และเฟสบุ๊ก คอร์สเรียนออนไลน์ของบริษัท Ovia Three

ผลจากการศึกษาจากการฝึกสหกิจ พบอุปสรรคในการทำงานคือ ในบางการทำงานตัวผู้ทำรายงานเองนั้น พบปัญหาในการคิดและเขียนข้อความโฆษณาในรูปแบบภาษาอังกฤษ จึงเป็นอุปสรรคในการทำงาน แต่ตัวผู้จัดทำรายงานก็ได้มีพยายามการปรับปรุงและแก้ไขความเรียบร้อยของงานสำเร็จด้วยดี

ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาเป็นเวลา 16 สัปดาห์นี้ นอกจากจะได้พัฒนาทักษะทางวิชาชีพแล้ว ยังได้พัฒนาทักษะการปฏิบัติงานตามสภาพจริง และได้บูรณาการองค์ความรู้ซึ่งเป็นการเตรียมความพร้อมก่อนก้าวเข้าสู่การทำงานอย่างมืออาชีพในอนาคต

คำสำคัญ : การโฆษณาออนไลน์, การคิดข้อความโฆษณา

ผู้ตรวจฯ

Project Title : The Advertising Procedures Case Study of Education Online
Website of Ovia Three Company Ltd., 2018

By : Ms. Chuthamas Mueanaiam

Advisor : Mr. Pawat Chanpen

Degree : Bachelor of Communication Arts

Major : Advertising

Faculty : Communication Arts

Semester / Academic year : 3/2018

Abstract

This cooperative study examines the working process of advertising produces: case study of education online website of Ovia Three Company Ltd.,2018 It has objective to study the working process of the company , which include advertising, initiative ,and text writing for advertising publication.

Ovia Three Company operates the website design, online advertising , e-commerce and online marketing. The student was assigned to work as a copy writer assistant (advertising writer) with responsibilities to initiate texts media for website and Facebook of the company's advection online website. It is indicated the student had to make a double check before submission to ensure the accuracy of work. Throughout 16 week, with the company, the student can develop many working skills that is very helpful for future career development

Keywords: Advertising online , copy writer

Approved by


กิตติกรรมประกาศ

(Acknowledgement)

การที่ผู้ศึกษาได้มาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ บริษัท โอเวย์ที จำกัด ตั้งแต่จันทร์ที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ.2561 ถึงวันศุกร์ที่ 31 สิงหาคม พ.ศ. 2561 ส่งผลให้ผู้ศึกษาได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆ ที่มีค่าอันไม่สามารถประเมินค่าได้สำหรับรายงานสหกิจศึกษานับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดีจากความร่วมมือจากและสนับสนุนจากหลายฝ่าย ดังนี้

1. นาย ภูบดี ไชรพลี ประธานกรรมการบริหารบริษัท
2. นางสาว อมรา พัฒนามาศ ตำแหน่ง Account Executive/พนักงานที่ปรึกษา
3. นาย ปวรรศ จันเพ็ญ อาจารย์ที่ปรึกษา

และบุคคลท่านอื่นๆ ที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือในการจัดทำรายงาน

ข้าพเจ้าใคร่ขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ ตลอดจนให้การดูแลและให้ความเข้าใจกับชีวิตของการทำงานจริง ซึ่งข้าพเจ้าขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้จัดทำรายงาน

นางสาว จุฑามาศ เหมือนเอี่ยม

1 กันยายน 2560

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ

บทที่ 1	บทนำ.....	1
1.1	ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2	วัตถุประสงค์ของรายงาน.....	1
1.3	ขอบเขตของรายงาน.....	2
1.4	ประโยชน์ที่ได้รับ.....	2
บทที่ 2	ทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1	แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบสื่อโฆษณาออนไลน์.....	3
2.2.1	ความหมายของสื่อโฆษณาออนไลน์.....	3
2.1.2	รูปแบบของสื่อโฆษณาออนไลน์.....	4-6
2.2	หลักการเกี่ยวกับการเขียนข้อความโฆษณา.....	6-9
2.3	กลวิธีการใช้ภาษาในข้อความโฆษณา.....	7-9
2.4	ขั้นตอนการเขียนข้อความโฆษณา.....	9-11
บทที่ 3	รายละเอียดการปฏิบัติงาน.....	12
3.1	ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ.....	12
3.2	ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑการให้บริการหลักขององค์กร.....	13
3.3	รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารขององค์กร.....	14
3.4	ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย.....	14
3.5	ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา.....	15
3.6	ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	15

3.7	ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน.....	16-17
3.8	อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้.....	17
บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงาน.....		18
4.1	ขั้นตอนก่อนการดำเนินงานเพื่อจัดทำเว็บไซต์คอร์สเรียนออนไลน์.....	18
4.1.1	การรับบริฟจากฝ่าย AE (ฝ่ายบริหารงานลูกค้า).....	18
4.2	ขั้นตอนการรวบรวมข้อมูล.....	19
4.2.1	ศึกษาข้อมูลสินค้า.....	19
4.2.2	ศึกษาข้อมูลคู่แข่ง.....	20
4.3	ขั้นตอนการคิด Keyword และ ข้อความโฆษณา.....	21
4.3.1	ขั้นตอนการคิด Keyword.....	21
4.3.2	หาประโยชน์ต่อลูกค้า Benefit Commitment.....	22
4.3.3	สร้างโปรโมชันสินค้า.....	22
4.3.4	การใส่รายละเอียดข้อมูลสินค้า.....	23
4.3.5	การตั้งคำถามให้หุ้ยคคิดตาม.....	23
4.4	ขั้นตอนการตรวจสอบและการแก้ไขงาน.....	24
4.4.1	ขั้นตอนส่งงานให้พี่เลี้ยงของบริษัทตรวจพิจารณา.....	24-25
4.5	ขั้นตอนส่งงานให้ลูกค้าพิจารณา.....	25
4.5.1	ฝ่าย AE นำไปนำเสนอต่อลูกค้าพร้อมนำแก้ไขงาน.....	25
4.6	ขั้นตอนการผลิตสื่อโฆษณา.....	26
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ.....		27
5.1	สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	27
5.2	ข้อเสนอแนะการปฏิบัติงานสหกิจ.....	27
5.3	สรุปผลการจัดทำเล่มรายงานสหกิจศึกษา.....	28
5.4	ข้อเสนอแนะการจัดทำเล่มรายงานสหกิจศึกษา.....	28
บรรณานุกรม		
ภาคผนวก		

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 3.1 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานสำหรับรายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....16

ตารางที่ 3.2 การเขียนขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานสำหรับการจัดทำรายงานสหกิจศึกษา.....17



สารบัญภาพประกอบ

หน้า

ภาพประกอบที่ 3.1 ตราสัญลักษณ์(Logo) บริษัท โอ เวีย ทรี จำกัด.....	12
ภาพประกอบที่ 3.2 แผนที่บริษัท โอ เวีย ทรี จำกัด.....	12
ภาพประกอบที่ 3.3 ตราบริษัทในเครือโอเวียทรี.....	10
ภาพประกอบที่ 4.1 รับปริพจากฝ่าย AE (ฝ่ายบริหารงานลูกค้า).....	13
ภาพประกอบที่ 4.2 รวบรวมข้อมูลคอร์สเรียนออนไลน์ผ่านทางfacebook.....	18
ภาพประกอบที่ 4.3 รวบรวมข้อมูลคอร์สเรียนออนไลน์.....	19
ภาพประกอบที่ 4.4 รวบรวมข้อมูลคู่แข่งจากเว็บไซต์skilllane.com.....	20
ภาพประกอบที่ 4.5 รวบรวมข้อมูลคู่แข่งจากเว็บไซต์ skilllane.com	20
ภาพประกอบที่ 4.6 ทำงานใน google doc.....	21
ภาพประกอบที่ 4.7 นำ Keywordที่คิดได้ใส่สไลด์.....	21
ภาพประกอบที่ 4.8 นำ Benefit ที่คิดได้ใส่สไลด์.....	22
ภาพประกอบที่ 4.9 โปรโมชันที่ทำการลดราคา.....	23
ภาพประกอบที่ 4.10 นำรายละเอียดข้อความที่คิดใส่สไลด์.....	23
ภาพประกอบที่ 4.11 นำรายละเอียดข้อความที่คิดใส่สไลด์.....	23
ภาพประกอบที่ 4.12 นำรายละเอียดข้อความที่คิดใส่สไลด์.....	24
ภาพประกอบที่ 4.13 นำงานไปให้พี่เลี้ยงตรวจพิจารณา.....	24
ภาพประกอบที่ 4.14 งานที่ได้รับการแก้ไข.....	25
ภาพประกอบที่ 4.15 งานที่ได้รับการแก้ไขรอบที่ 2.....	25
ภาพประกอบที่ 4.16ข้อความโฆษณาที่ทำไปส่งให้กับ Graphic.....	26
ภาพประกอบที่ 4.17 Banner ที่ทำสำเร็จแล้ว.....	26

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารส่งผลต่อธุรกิจโฆษณา ต้องปรับตัวให้เข้ากับสื่อใหม่ๆที่เกิดขึ้นมาอย่างต่อเนื่อง ก่อให้เกิดการแข่งขันทางการโฆษณาเพิ่มมากขึ้น การสื่อสารผ่านช่องทางสื่อออนไลน์เริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้น เพิ่มโอกาสในการเติบโตของธุรกิจ จึงต้องการผู้ที่เชี่ยวชาญในด้านการทำโฆษณา เพื่อให้โฆษณาเกิดประสิทธิผลมากที่สุด

การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆจำเป็นต้องอาศัย การเขียนข้อความโฆษณา จัดเป็นบริการอย่างหนึ่งที่จำเป็นต่อการทำงานสื่อความหมายของภาษา บอกข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้ชมมุ่งหวังจะกระตุ้นให้เกิดการตอบสนองของผู้บริโภคหรือผู้รับสาร

เว็บไซต์ (Website) และ เฟสบุ๊ก (Facebook) เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมอย่างมากบนสื่อออนไลน์ ทั้งยังสำคัญต่อธุรกิจหรือองค์กรสามารถนำเสนอข้อมูลได้ทั้ง ภาพนิ่ง เสียง ภาพเคลื่อนไหว ทำโฆษณาเกี่ยวกับธุรกิจการเรียนการสอนประเภทออนไลน์ (Elarning) เพื่อโฆษณาคอร์สเรียนออนไลน์และเสริมสร้างความน่าเชื่อถือให้กับธุรกิจ

รายงานสหกิจศึกษาฉบับนี้จึงเป็นการศึกษาขั้นตอนการเขียนข้อความโฆษณา เพื่อศึกษาขั้นตอนการเขียนข้อความโฆษณา การคิดวิเคราะห์เนื้อหาข้อความ สามารถเข้าใจถึงการสื่อความหมายของภาษา โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างสรรค์ข้อความที่สามารถสร้างแรงจูงใจให้กับผู้บริโภค

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาขั้นตอนการเขียนข้อความโฆษณาธุรกิจการเรียนการสอนประเภทออนไลน์ (Elarning) ของบริษัท Ovia Three

2. เพื่อศึกษาการคิดวิเคราะห์เนื้อหาข้อความโฆษณาธุรกิจการเรียนการสอนประเภทออนไลน์ (Elarning) ให้กับในบริษัท Ovia Three ผ่านทางเว็บไซต์ (Website) และ เฟสบุ๊ก (Facebook)

1.3 ขอบเขตของรายงาน

การศึกษาขั้นตอนการเขียนข้อความโฆษณา ธุรกิจการเรียนการสอนประเภทออนไลน์ (Elarning) ของบริษัท Ovia Three เพื่อศึกษาขั้นตอนการเขียนข้อความโฆษณา การคิดวิเคราะห์ เนื้อหาข้อความเพื่อใช้ในการโฆษณา

โดยขอบเขตการศึกษาอยู่ระหว่าง เดือนพฤษภาคม – สิงหาคม 2561 การศึกษาเกี่ยวกับ ขั้นตอนการเขียนข้อความโฆษณา การคิดวิเคราะห์เนื้อหาข้อความ ธุรกิจการเรียนการสอนประเภทออนไลน์(Elarning) และรวบรวมเนื้อหาของงานและการทำรายงานสหกิจ

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้ทราบถึงขั้นตอนการเขียนข้อความโฆษณาของบริษัท Ovia Three
2. ได้ศึกษาและเรียนรู้การคิดวิเคราะห์เนื้อหาข้อความโฆษณาให้กับธุรกิจการเรียนการสอนประเภทออนไลน์(Elarning)



บทที่ 2

บททวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

รายงานผลการศึกษางานสหกิจศึกษาเรื่อง “ ขั้นตอนการเขียนข้อความโฆษณากรณีศึกษาเว็บไซต์คอร์สเรียนออนไลน์ผ่านสื่อออนไลน์ ของบริษัท Ovia Three” มุ่งศึกษาในขั้นตอน การเขียนข้อความโฆษณา การคิดวิเคราะห์เนื้อหาข้อความ คิดงานโฆษณาในรูปแบบของ Copy Writer ในการทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องผู้ศึกษาในเรื่องต่อไปนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบสื่อโฆษณาออนไลน์

2.1.1 ความหมายของสื่อโฆษณาออนไลน์

2.1.2 รูปแบบของสื่อโฆษณาออนไลน์

2.2 หลักการเกี่ยวกับการเขียนข้อความโฆษณา

2.3 กลวิธีการใช้ภาษาในข้อความโฆษณา

2.4 ขั้นตอนการเขียนข้อความโฆษณา

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อโฆษณาออนไลน์

ปัจจุบันการโฆษณาพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว เพื่อตอบสนองการขยายตัวของธุรกิจมีอัตราการแข่งขันเพิ่มขึ้นตลอดเวลา การโฆษณาและธุรกิจจึงกลายเป็นสิ่งจำเป็นควบคู่กัน เพราะการโฆษณาคือหัวใจสำคัญในการชิงการครองตลาดของสินค้า โฆษณาเป็นสิ่งที่แทรกแซงในชีวิตประจำวันเราอยู่เสมอ ซึ่งเป็นการสื่อสารประเภทหนึ่งที่มีกลยุทธ์ทางการสื่อสาร มีเป้าหมายหลักคือ การชักจูงใจและโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมายให้เกิดทัศนคติ และพฤติกรรมที่นักโฆษณาต้องการ (พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช, 2546 , หน้า 163) โฆษณายังมีบทบาทในการให้ข้อมูลข่าวสารและเตือนความจำอีกด้วย

2.1.1 ความหมายของสื่อโฆษณาออนไลน์

Zeff Robbin Brand (1999,P.45) อธิบายถึงความหมายของการโฆษณาออนไลน์ว่าเป็นการผสมผสานระหว่างการนำเสนอราคาสินค้า ให้ข้อมูลสินค้า การติดต่อซื้อขายทำให้โฆษณารออนไลน์เป็นการผสมผสานระหว่างการโฆษณาสื่อดั้งเดิมและการตลาดทางตรง แม้ว่าการโฆษณาออนไลน์จะมีความสะดวกมากขึ้นแต่ก็ยังมีข้อบกพร่อง คือ มีโฆษณามากเกินไป บนเว็บไซต์มีขนาดและรูปแบบที่แตกต่างกัน จึงทำให้การปรับรูปแบบการโฆษณาตรงกับข้อกำหนดในแต่ละเว็บไซต์และกำหนดขึ้นเป็นรูปแบบเพื่อใช้ในการโฆษณาออนไลน์ให้มีมาตรฐาน และมีประสิทธิภาพมากขึ้น

เพื่อใช้สื่อสารระหว่างกันในเครือข่ายสังคม (Social Network) ผ่านทางเว็บไซต์และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อต่างๆ ที่มีการเชื่อมต่อกันอินเทอร์เน็ต โดยเน้นให้ผู้ใช้ทั้งที่เป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารมีส่วนร่วม (Collaborative) อย่างสร้างสรรค์ ในการผลิตเนื้อหาขึ้นเอง (User-GenerateContent: UGE) ในรูปแบบของข้อมูล ภาพ และเสียง

Belch และ Belch (2009) อธิบายสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่สามารถส่งข้อมูลและตอบสนองเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการในการเสนอขายได้ มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับผู้บริโภค ผู้บริโภคไม่เพียงแต่จะสามารถควบคุมข่าวสารหรือข้อมูลที่เห็นได้ แต่ยังสามารถตอบกลับเกี่ยวกับข่าวสารเหล่านั้น

2.1.2 รูปแบบของสื่อโฆษณาออนไลน์ รูปแบบของโฆษณาออนไลน์ รูปแบบของโฆษณาในอินเทอร์เน็ตนั้น แบ่งเป็นประเภทต่างๆ ได้ เช่น (Belch & Belch, 2005, pp. 501-503)

1. ป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต (Banners Ad) มักจะถูกใช้เพื่อให้เกิดการตระหนักถึงผลิตภัณฑ์หรือบริการต่างๆ ป้ายโฆษณานี้จะมีหลายลักษณะอาทิ Side Panels, Skyscrapers, หรือ Vertical โฆษณาทางป้ายโฆษณาอินเทอร์เน็ตจะเป็นสื่อโฆษณาหลักในอินเทอร์เน็ต Banners เกิดขึ้นโดยเว็บมาสเตอร์ของ Hotwired คิดว่า เมื่อนิตยสารมีโฆษณาได้ เว็บไซต์ก็น่าจะมีโฆษณาได้เช่นกัน จึงทำ banners โฆษณาขึ้นมาขนาด 468 X 60 พิกเซล ขึ้นมา และได้รับความนิยมจนถึงปัจจุบัน

2. การเป็นผู้สนับสนุน (Sponsorships) การโฆษณาโดยใช้วิธีเป็นผู้สนับสนุนนี้มีอยู่ด้วยกัน 2 แบบ คือ การเป็นผู้สนับสนุนแบบธรรมดา (Regular Sponsorship) คือ การเป็นผู้สนับสนุนหลักของเว็บไซต์แบบธรรมดา แต่อีกแบบ คือ การสนับสนุนแบบเนื้อหา คือ ผู้ที่ให้การสนับสนุนนั้นจะมีส่วนในการกำหนดเนื้อหาของเว็บไซต์ที่สนับสนุนอยู่ด้วย

3. Pop-ups/Pop-unders ลักษณะโฆษณาแบบนี้จะเป็นหน้าต่างปรากฏขึ้นมาเมื่อ ผู้เข้าชมเปิดเว็บไซต์ขึ้นมา โดยลักษณะของ Pop-ups นั้นจะขึ้นมาเป็นหน้าต่างเล็ก ๆ มีเนื้อที่โฆษณา และสามารถเชื่อมโยงไปสู่เว็บไซต์ผู้โฆษณาได้ ในส่วน Pop-unders นั้นเป็นป้ายโฆษณาที่อยู่ทางด้านล่าง ของเว็บเพจ โฆษณาประเภทนี้อาจทำให้ผู้ชมรู้สึกรำคาญได้สูง แต่ในทางกลับกัน อัตราการพบเห็น โฆษณาก็สูงอยู่ไม่น้อย

4. Interstitials เป็นโฆษณาที่แสดงขึ้นมาขณะรอเนื้อหาของเว็บไซต์ที่กำลังโหลด และแสดงผลอยู่รูปแบบของโฆษณาเช่นนี้มีการระลึกลึกลงได้ถึงร้อยละ 76

5. Push Technology เป็นเหมือนกับเทคโนโลยี Web Casting ที่เน้นการส่งข้อมูล ข่าวสาร ต่างๆ ไปให้ผู้ดูมากกว่าการที่จะรอให้ผู้ดูเข้ามาพบเจอข่าวสารเอง

6. การเชื่อมต่อ (Links) สามารถในการนำ ผู้เข้าชมเว็บไซต์นั้นๆ ไปสู่เว็บไซต์ผู้ขาย ผลิตภัณฑ์ หรือบริการได้

Smith และ Zook (2011)อธิบายการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ไว้ว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่ที่สุดของการปฏิวัติอุตสาหกรรมเป็นแนวทางใหม่ของผู้บริโภคในการค้นพบสินค้าหรือบริการควบคุมโดยผู้บริโภค ไม่ใช่แค่การตลาด บริษัทต้องฟังผู้บริโภคมากขึ้น แสดงความคิดเห็นน้อยลง พยายามคิดวิธีสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภคไม่ใช่แค่ขายสินค้า แต่เป็นสื่อสำหรับแบ่งปันวัฒนธรรม ข้อมูลการช่วยเหลือ การแนะนำ การแสดงความขงใจ การแสดงความคิดเห็นใหม่ๆ ของสินค้า การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการปรึกษา ตัวอย่างเช่น

1. การโฆษณาผ่านเฟซบุ๊ก (facebook)ก่อตั้งโดยมาร์ก ซัคเกอร์เบิร์ก (Mark Zuckerberg) ในปี พ.ศ. 2547 หลังจากเฟซบุ๊กเปิดตัวได้ไม่นาน กระแสความนิยมก็เพิ่มขึ้นจากในมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดก็ขยายตัวไปยัง มหาวิทยาลัยต่างๆ 30 แห่งทั่วสหรัฐอเมริกา จากนั้นมาร์ก และเพื่อนร่วมงานก็ได้รับเงินสนับสนุนจาก นักลงทุน เฟซบุ๊กจึงได้เข้าสู่โลกธุรกิจอย่างเต็มตัว มาร์กและเพื่อนผู้ร่วมก่อตั้งได้รับทีมงานเพิ่มและ พัฒนาความสามารถของเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง (“5 บุคคลผู้ทรงอิทธิพลในโลกโซเชียลเน็ตเวิร์ก”, 2554)

เฟซบุ๊กมีข้อดีในการเชื่อมต่อบุคคลหลายๆ คนเข้าด้วยกัน ทำให้เกิดเป็นเครือข่ายสังคมขนาดใหญ่ที่เราสามารถร่วมแบ่งปันประสบการณ์ต่างๆ ให้กับเพื่อนในเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ เช่น บันทึกชีวิตประจำวัน การแสดงความคิดเห็นต่อสิ่งต่างๆ การโพสต์รูปภาพหรือวิดีโอ การแบ่งปันลิงค์ต่างๆ เป็นต้น นอกจากนั้นเฟซบุ๊กยังสามารถสร้างกลุ่ม และสามารถเล่นเกมที่แบ่งปันไอเทมกับเพื่อน ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้อีกด้วย นอกจากเฟซบุ๊กจะเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนๆ แล้ว ก็ยังเป็นช่องทางหนึ่งในการสื่อสารตราสินค้าให้กับตราสินค้าต่างๆ หรือสำหรับบุคคลที่ต้องการเผยแพร่ตราสินค้าของตนเองผ่านทางแฟนเพจของเฟซบุ๊ก โดยการแบ่งปันข้อมูลของตรา สินค้าลงในแฟนเพจ ซึ่งการสื่อสารตราสินค้านั้นทำได้หลายวิธี เช่น สื่อสารผ่านข้อความ รูปภาพ หรือ วิดีโอนอกจากนี้อาจมีการเชิญชวนให้ร่วมกิจกรรม ชิงของรางวัล เป็นต้น

แฟนเพจ (Fanpage) คือ รูปแบบการใช้งานรูปแบบหนึ่งของเฟซบุ๊ก มีลักษณะที่เรียกว่า เพจ (Page) ที่สร้างขึ้นมาเพื่อที่จะสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ หรือให้ข้อมูลต่างๆ เช่น ข่าวสาร กิจกรรม

ข้อมูล สินค้าหรือบริการต่างๆ เป็นต้น ให้กับเพื่อนๆ ในเฟซบุ๊กหรือบุคคลอื่นๆที่กำลังมองหาหรือมีความสนใจในสิ่งที่เราสื่อสารออกไปผ่านทางแฟนเพจ ซึ่งแฟนเพจจะมีคุณสมบัติการทำงานที่เอื้อประโยชน์ต่อเจ้าของเพจ เช่น ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร โฆษณาสินค้าหรือบริการต่างๆ ใช้เพื่อติดตาม คารานักแสดงหรือตั้งเป็นแฟนคลับ ใช้เพื่อเผยแพร่ข้อมูลจากเว็บไซต์อย่างเป็นทางการของตราสินค้า ในเชิงธุรกิจ และยังสามารถเข้าถึงกลุ่มคนได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งการใช้แฟนเพจนั้นจะช่วยประหยัด เวลา และค่าใช้จ่ายในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และเป็นอีกช่องทางหนึ่ง ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายมีความสะดวก และง่ายที่จะติดตามแฟนเพจเช่นกัน นอกจากนี้ แฟนเพจยังเป็นช่องทาง ที่เหมาะสำหรับการใช้งานเพื่อธุรกิจมากที่สุดอีกด้วย

2.การโฆษณาผ่านเว็บไซต์ค้นหาข้อมูล(Search Engine Advertising) เป็นวิธีที่ช่วยทำการส่งเสริมการโฆษณาผ่านการใช้คำหรือตัวอักษรในรูปแบบ Search Engine โดยที่ผู้ใช้สามารถพิมพ์รหัสหรือคีย์เวิร์ดที่ต้องการค้นหาโดยเว็บไซต์จะทำการค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับคำค้นหาคีย์เวิร์ดนั้นๆ และแสดงรายละเอียดหน้าจอซึ่งจะปรากฏเป็นลิงค์ที่มีการเชื่อมโยง(Link)ต่อไปยังเว็บไซต์อื่นที่เกี่ยวข้อง

สรุปแล้วหน้าที่ของการใช้วิธีโฆษณาทาง Search Engine เป็นการนำเว็บไซต์ของสินค้าและบริการไปฝากไว้กับ Search Engine ต่างๆ เพื่อให้ง่ายต่อการค้นหาและเข้าถึงสินค้ามากยิ่งขึ้น โดยวิธีการที่จะนำโฆษณาไปฝากไว้กับ Search Engine บริษัทผู้ให้บริการต้องลงทะเบียนกับเจ้าของ Search Engine เว็บไซต์หรือบริการนั้นๆ เมื่อมีกลุ่มผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่ต้องการหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการก็จะปรากฏรายการสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องขึ้นมา โดยมีลักษณะของการค้นหา 2 ลักษณะ คือ

การค้นหาโดยพิมพ์ชื่อของสินค้าและบริการนั้นๆ หรือพิมพ์คีย์เวิร์ดที่ต้องการลงในช่องค้นหา Search Engine จะทำการค้นหาข้อมูลบนเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องต่างๆ ที่ทำการลงทะเบียนไว้และจะแสดงผลการค้นหาและปรากฏที่ตั้งของเว็บไซต์ที่ค้นหาต่อไป ตัวอย่างเช่น เมื่อค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ พิมพ์คำว่า อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ลงไปในช่องค้นหาคลิกปุ่ม Search ทาง Search Engine ก็จะทำการค้นหาและแสดงรายชื่อเว็บไซต์ทั้งหมดที่ลงทะเบียนไว้ให้ลูกค้าสามารถคลิกเข้าชมเว็บไซต์ได้ผ่านลิงค์ที่ปรากฏต่อไป

2.2หลักการเกี่ยวกับการเขียนข้อความโฆษณา

นทนี บุญโนตก, รัชสิริ ชุณหพันธุ์รักษ์ และสิริมา เชิงเชาว์ไว (ม.ป.ป., หน้า 100-101) กล่าวถึงหลักการเขียนข้อความโฆษณา ไว้ดังนี้

1. ต้องทำให้ผู้รับสารเกิดความสนใจ (attention) โดยอาจใช้คำพูด หรือ ถ้อยคำให้ผลกระทบบนทันที ทำให้อยากจะฟังหรืออ่านข้อความต่อไป

2. เพื่อกระตุ้นความสนใจให้เกิดแก่ผู้รับสาร (interest) การทำงานโฆษณาจะต้องทำให้ผู้รับสารเกิดความสนใจในสารทันที

3. เพื่อสร้างความปรารถนาให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับสาร (desire) งานโฆษณาที่ดีต้องสามารถสร้างความรู้สึก ให้ผู้รับสารเกิดความต้องการที่จะใช้ผลิตภัณฑ์ เกิดความต้องการในการบริโภค

4. เพื่อให้เกิดการปฏิบัติ (action) งานโฆษณาต้องสามารถโน้มน้าวใจให้ผู้รับสารมีความรู้สึกคล้อยตาม จนเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้า

2.3 กลวิธีในการใช้ภาษาในข้อความโฆษณา

พนมพร นิธิวุฒิว (2551 ,หน้า 95-123) ได้กล่าวถึงว่าข้อความโฆษณาจะมีส่วนที่สำคัญที่สุดอยู่ 3 ส่วน คือ ข้อความพาดหัว เนื้อความโฆษณา และข้อความส่วนสุดท้าย เนื่องจากเขาเห็นว่าข้อความทั้งสามส่วนนี้ผู้ผลิตภาษาโฆษณาจะต้องใช้ความสามารถในการสร้างสรรค์ข้อความให้มีรูปแบบและลักษณะเฉพาะเพื่อช่วยสร้างภาพของสินค้าให้เกิดขึ้นในใจผู้รับสาร หรือเพื่อดึงดูดที่นำวนใจที่สุดของสินค้าประเภทนั้นมาโน้มน้าวใจผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอสรุปผลวิจัยตามส่วนของข้อความโฆษณาดังกล่าวตามลำดับดังนี้

1. การใช้ภาษาในการพาดหัวโฆษณา พาดหัวโฆษณาจัดเป็นข้อความส่วนแรกที่ดีดึงดูดความสนใจผู้บริโภคให้อ่านข้อความจบภายในเวลาไม่กี่วินาทีแล้วยังเป็นส่วนที่ผู้ผลิตข้อความโฆษณาจะต้องใช้ความสามารถในการปรุงแต่งถ้อยคำให้น่าสนใจ เป็นการเชิญชวนผู้อ่านให้อยากอ่านต่อ เพื่อให้เกิดความกระจางว่าสินค้าชิ้นนั้นจะให้ประโยชน์สูงสุดหรือตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างไร

2. การใช้ภาษาในเนื้อความโฆษณา เนื้อความโฆษณาเป็นส่วนที่แสดงข้อมูลที่นำเสนอเกี่ยวกับตัวสินค้าและบริการ โน้มน้าวให้ผู้รับสารเกิดความมั่นใจและเกิดความต้องการในสินค้าและบริการที่โฆษณาด้วยการกล่าวถึงประโยชน์สรรพคุณวิธีใช้ ส่วนประกอบ ข้ออ้างอิงต่างๆ ตลอดจนคลายข้อสงสัยที่อาจเกิดขึ้นในใจผู้บริโภค หรือแสดงคำมั่นที่ทำหน้าที่ “ขาย” สินค้าและบริการอย่างแท้จริง เนื้อความโฆษณานี้อาจมีขนาดสั้นหรือยาวก็ได้ หากเป็นสินค้าที่ต้องใช้หารตัดสินใจค่อนข้างมาก มีความยุ่งยากซับซ้อนในการทำงานหรือมีราคาสูงผู้สร้างสรรค์เนื้อความโฆษณาก็มักจะให้ข้อมูลที่มากพอต่อการตัดสินใจดังนี้

2.1.กล่าวถึงประโยชน์ สรรพคุณ และความสะดวกสบายต่างๆที่ผู้ซื้อจะได้รับเมื่อใช้สินค้านั้น

2.2.กล่าวถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในการผลิตหรือส่วนประกอบที่มีประสิทธิภาพของสินค้า

2.3. กล่าวถึงขั้นตอนการใช้หรือวิธีใช้สินค้า

2.4.กล่าวถึงคุณสมบัติพิเศษของสินค้า เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าประเภทเดียวกันทั่วไป

2.5.กล่าวถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเพื่อให้ความรู้แก่ผู้บริโภค

2.6.กล่าวถึงข้อเท็จจริงที่ใช้ความเป็นเหตุผลเป็นผลกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค

2.7.กล่าวเจาะจงเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายของสินค้านั้น

2.8.กล่าวถึงข้อคิดหรือคำแนะนำบางประการเพื่อให้ผู้บริโภคตระหนัก

2.9.กล่าวถึงความตั้งใจ ความทุ่มเทในการสร้างสรรค์และคัดสรรสินค้าเพื่อผู้บริโภค

2.10.กล่าวถึงพัฒนาการของสินค้านั้น เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค

2.11.กล่าวถึงความแตกต่างของผู้บริโภคที่ผู้ผลิตสินค้าคำนึงถึงและให้ความสำคัญ

2.12.กล่าวถึงแนวคิดต่างๆในเชิงบวกที่มีได้เกี่ยวข้องกับตัวสินค้า เพื่อสื่อถึงความปรารถนาดีต่อสังคมไทย

2.13.กล่าวถึงความรู้สึที่ดีร่วมกันระหว่างผู้บริโภคและผู้ผลิตสินค้า/แสดงความขอบคุณผู้บริโภค

2.14.กล่าวถึงความคิดหลักของการผลิตสินค้า เพื่อโยงเข้าสู่ข้อความที่ใช้เป็นคำขวัญในตอนท้าย

2.15.กล่าวถึงข้ออ้างอิงแบบต่างๆ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่สินค้าหรือบริการนั้น

1. การอ้างอิงเหตุผลด้วยข้อพิสูจน์เป็นข้อเท็จจริงหรือข้อพิสูจน์ทางสถิติ

- 2.การอ้างอิงถึงเอกลักษณ์อันโดดเด่นของสินค้าหรือบริการ
- 3.การอ้างความน่าเชื่อถือจากผู้เชี่ยวชาญและผลการวิจัยทดสอบ
- 4.การอ้างอิงทำให้สัมภาษณ์ของผู้ใช้สินค้าและบริการ
- 5.การอ้างอิงคำรับรองของบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั่วไป
- 6.การอ้างความเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีและความได้มาตรฐานของ
ต่างประเทศ
- 7.การอ้างความจำเป็นที่ต้องใช้สินค้านั้น
- 8.การอ้างความมีส่วนร่วมกับผู้บริโภค
- 9.การอ้างสินค้าประเภทอื่นในเครือเดียวกันเพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของ
สินค้านั้น
- 10.การอ้างถึงความภูมิใจ/รางวัล/ความมีชื่อเสียง/การได้รับความนิยม/
ความเป็นผู้นำ

3.การใช้ภาษาในข้อความส่วนท้าย ข้อความส่วนท้ายสุดโฆษณา คือส่วนสรุปที่จะทำให้ผู้รับสารจดจำข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าก่อนที่จะจบโฆษณานั้น ภายหลังจากที่ได้ดึงดูดใจด้วยข้อความพาดหัว และกระตุ้นให้ผู้บริโภคสนใจจนเกิดความต้องการที่จะซื้อสินค้าในเนื้อหาโฆษณาไปแล้ว ในข้อความส่วนท้ายนี้จะมุ่งให้ผู้รับสารเกิดการกระทำ (Action) โดยการมีข้อความที่จดจำได้ง่ายและเสนอประโยชน์สินค้าอีกครั้งรวมทั้งเรียกร้องให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าในรูปแบบต่างๆ อาทิ การให้สิ่งกระตุ้นพิเศษ ทั้งการแจกของสมนาคุณการระบุช่วงเวลาลดราคาเพื่อเร่งให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมการซื้อที่เร็วขึ้น การยื่นข้อเสนอพิเศษด้านการเงิน เป็นต้น ในงานโฆษณาบางชิ้น ข้อความส่วนท้ายอาจจะต้องกับอกผู้บริโภคเพื่อให้จดจำเพียงบางอย่าง หรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติใหม่ จึงอาจมีเพียงประโยคปิดท้ายธรรมดาที่มีได้มุ่งเน้นให้เกิดการกระทำโดยทันทีแต่ต้องการย้ำให้จดจำชื่อและซื้อสินค้าเมื่อมีโอกาสเท่านั้น ซึ่งก็คือการใช้คำขวัญ (Slogan) ของผลิตภัณฑ์หรือบริการนั่นเอง

2.3 ขั้นตอนในการเขียนข้อความโฆษณา

Jame S.Norris (1990,P135) ได้กล่าวว่าในการทำงานของผู้เขียนข้อความโฆษณา (Copy Writer) ที่มีหลักเกณฑ์ ควรเริ่มจากการทำโครงร่างของงานทั้งหมด โดยจะเป็นข้อเสนอแนะของ

ฝ่ายความคิดสร้างสรรค์ (Creative Recommendation) เพื่อเป็นแนวทางว่าจะดำเนินการอย่างไร ซึ่งประกอบไปด้วยหัวข้อดังต่อไปนี้

1. กำหนดวัตถุประสงค์ (Advertising Goal) การตั้งจุดหมายของการโฆษณาที่มีวัตถุประสงค์อย่างไร เช่น ต้องการแนะนำสินค้าใหม่ หรือต้องการต่อสู้กับคู่แข่งที่กำลังมาแย่งพื้นที่ทางการตลาด หรือต้องการป้องกันการปลอมแปลงเลียนแบบ การที่ต้องกำหนดเช่นนี้ก็เพราะว่า จริงอยู่ที่เป้าหมายของการโฆษณา คือการขายสินค้าให้ได้มาก แต่การตั้งเป้าหมายนั้นยากที่จะบรรลุหรือเป็นเป้าหมายที่วัดได้เพราะในบางครั้งความผิดมิได้อยู่ที่โฆษณา อาจจะอยู่ที่สินค้าหรือคนขาย ดังนั้นในการตั้งเป้าหมายจึงต้องตั้งเฉพาะเท่าที่บรรลุทางการโฆษณาได้เท่านั้น ซึ่งจุดนี้เป็นจุดสำคัญที่สุด

2. ศึกษาและกำหนดกลยุทธ์เพื่อการโฆษณา (Advertising Strategy) เมื่อทราบเป้าหมายทางการโฆษณาประเด็นที่ต้องพิจารณาคือ “จะพูดอะไร” และ “จะพูดอย่างไร” การที่จะสามารถสื่อสารกับผู้บริโภคนั้นจำเป็นต้องหา แนวความคิด (Concept) ของการโฆษณา โดยอาศัยข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า กลุ่มเป้าหมาย สภาพการแข่งขัน มาตัดสินใจเลือกแนวความคิด ที่ถูกต้องสามารถนำไปขยายความ หรือถ่ายทอดได้ การวางแผนแนวความคิด สามารถแยกได้ 2 ประเด็นคือ

- แนวความคิด เกี่ยวกับลักษณะของสินค้า
- แนวความคิด เกี่ยวกับตัวสินค้าซึ่งเป็นอรรถประโยชน์

ปัญหาที่มักจะพบในการวางแผนแนวความคิดคือ การแยกความแตกต่างระหว่างลักษณะของสินค้า กับ อรรถประโยชน์ เนื่องจากผู้บริโภคมักไม่สนใจว่าสินค้านั้นทำด้วยอะไร มีส่วนผสมอะไร ทำอะไรได้บ้าง แม้ลักษณะจุดเด่นของสินค้าที่แตกต่างจากคู่แข่ง จะไม่มีความสำคัญใดๆ หากไม่คิดถ่ายทอดลักษณะของสินค้านั้นกล่าว ให้ออกมาเป็นอรรถประโยชน์ที่มีความสำคัญต่อผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมาย

แนวความคิดเกี่ยวกับตัวสินค้าซึ่งเป็นอรรถประโยชน์ (Benefit) คือสิ่งตอบแทนที่ผู้บริโภคจะได้รับจากการซื้อหรือใช้สินค้าและบริการ เป็นการมองสินค้าในสายตาของผู้ขายว่าสินค้านั้นมีลักษณะพิเศษอะไรบ้าง ควรคำนึงไว้เสมอว่า อรรถประโยชน์ที่น่าเสนอต้องสำคัญต่อผู้บริโภคหรือผู้บริโภคต้องการได้รับจากตัวสินค้าหรือบริการ

อรรถประโยชน์ของตัวสินค้าต้องมีอิทธิพลมากกว่าอรรถประโยชน์ที่สินค้าคู่แข่งนำมาเสนอต่อผู้บริโภค หัวใจของการโฆษณานั้นคือ “สินค้านี้ให้อะไรแก่ฉัน” ดังนั้นผู้ที่เขียนข้อความโฆษณาจำเป็นต้องตอบคำถามนี้ให้ได้



บทที่ 3

รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

- | | |
|----------------------------|--|
| 3.1.1 ชื่อสถานประกอบการ | บริษัท Ovia Three |
| 3.1.2 ที่ตั้งสถานประกอบการ | 146/3 หมู่ที่ 14 ถนนสุขสวัสดิ์ ตำบล บางพึ่ง
อำเภอ พระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ 10130
หมายเลขโทรศัพท์ 02-463-8544 |



รูปภาพที่ 3.1 ตราสัญลักษณ์ (Logo) บริษัท โอ เวีย ทรี จำกัด



รูปภาพที่ 3.2 แผนที่รูปภาพ บริษัท โอ เวีย ทรี จำกัด

3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์ การให้บริการหลักขององค์กร

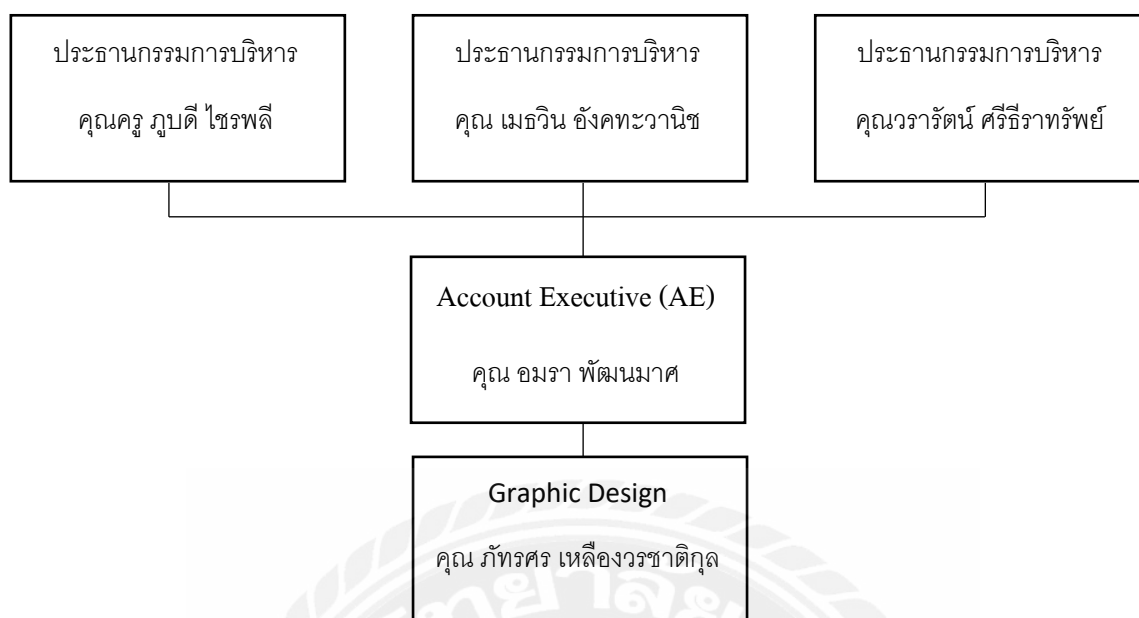
บริษัท โอเวียทรี จำกัด ก่อตั้งโดย คุณภูบดี ไชยพลี และคุณวรารัตน์ธีรทรัพย์ เมื่อปี พ.ศ. 2545 ในระหว่างนั้นทางบริษัทเริ่มต้นโดยการทำสมุดโน้ตจำหน่าย หาโฆษณามาลงในสมุดและคุณ ภูบดี มองเห็นช่องทางการตลาดในอนาคตว่าการโฆษณาจะมีบทบาทและอิทธิพลในการใช้ชีวิตใน อนาคต จากการทำสมุดโน้ตก็ได้เปลี่ยนมาทำบริษัท Agency ขนาดเล็ก ที่ทำงานเกี่ยวกับกิจกรรม ทางการตลาดไม่ว่าจะเป็น Event, การโฆษณาสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อในนิตยสาร สื่อออนไลน์ รวมไปถึงเป็นที่ปรึกษาทางการตลาดให้กับแบรนด์สินค้าต่างๆแต่จะเน้นไปทางแบรนด์สินค้าไอที ต่อมาคุณภูบดีได้ขยายธุรกิจและได้เพื่อนร่วมลงทุนเป็นหุ้นส่วน คุณเมธิวิน อังคทะวานิช อดีต ศิลปินนักร้องของเมืองไทย

หลังจากที่ประสบความสำเร็จทางด้านโฆษณาคุณภูบดี ได้ขยายกิจการโดยมีบริษัทในเครือ 5 บริษัทภายในบริษัท ดับบลิว พี ครีเอชั่น กรุ๊ป ที่มีการทำงานแตกต่างกันไป คือ 1.บริษัท IMG (ไอเอ็มจี) ทำเกี่ยวกับการนำเสนอโฆษณาสินค้าผ่านจอ LCD ในห้าง Central 19 สาขา ทั่วประเทศ 2. บริษัท โอเวียทรี(Ovia Three) ทำเกี่ยวกับกิจกรรมการส่งเสริมทางการตลาด(Marketing Activities – Event) 3.บริษัท โทมิเซโกลบอล (Tomixeglobal) ทำเกี่ยวกับ Pocketwifiสำหรับทัวร์ต่างประเทศ 4. บริษัท ไดอิจี (Idigi) ทำเกี่ยวกับดิจิตอลและเป็นผู้สร้างนักร้องแบบบางด้านดิจิตอล หรือการทำ Sticker Line ทางผู้บริหารมองเห็นความสำคัญของสิ่งนี้มาตั้งแต่เริ่มก่อตั้งบริษัทมาได้ไม่กี่ปี จึงทำ ให้ทุกวันนี้ทางบริษัทประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก



รูปที่ 3.3 โลโก้บริษัทในเครือของ ดับบลิว พี ครีเอชั่น กรุ๊ป

3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารงานองค์กร



รูปภาพที่ 3.3 แผนภูมิการจัดการ และการบริหารงานบริษัท Ovvia Three

3.4 ตำแหน่ง และลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

3.4.1 ตำแหน่งที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

นางสาว จุฑามาศ เหมือนเอี่ยม (Copy Writer)

3.4.2 ลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมายดำเนินโครงการได้

ได้รับมอบหมายงานคือฝ่าย Account Executive (AE) ของบริษัท Ovvia Three โดยให้ทำเรื่องต่อไปนี้

1. จัดงานจากที่ประชุมและเข้ารับบริฟจาก AE
2. คิดโปรโมชันคอร์สเรียนออนไลน์
3. รับหน้าที่ดูแลข้อความโฆษณาเพจในเครือของบริษัท
4. รับหน้าที่ดูแลข้อความโฆษณาเพจ Tomixegibla wifi
5. เป็น Staff (Event character go)
6. ทำ Art work ข้อความโฆษณาคอร์สเรียนออนไลน์

3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา

3.5.1 ชื่อ สกุลพนักงานที่ปรึกษา

คุณ อมรา พัฒนมาศ

3.5.2 ตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา

Account Executive (AE)

3.5.3 ลักษณะงานของพนักงานที่ปรึกษา

ติดต่อประสานงานระหว่างลูกค้ากับองค์กร

3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

3.6.1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

วันที่ 14 พฤษภาคม 2561 – 31 สิงหาคม 2561

3.6.2 วันเวลาในการปฏิบัติงานสหกิจ

วันจันทร์ – วันศุกร์ เวลา 9.00 – 18.00 น.

3.7 ขั้นตอน วิธีการดำเนินงานเพื่อนำเสนอผลงาน และพัฒนาการของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา โดยแบ่งตามประเภทของรายงานที่นักศึกษาดำเนินงานดังนี้

3.7.1 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานสำหรับรายงานปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ระยะเวลา	รายละเอียดการปฏิบัติงานสหกิจ
สัปดาห์ที่1	ฟังคำอธิบายแผนการทำงานของ บริษัท โอเวียทรี จากพี่เลี้ยงว่ามีหน้าที่การทำงานและต้องทำอะไรบ้างในตลอดการฝึกงานนี้
สัปดาห์ที่2	หาข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวจีนสไคล์ FIT
สัปดาห์ที่3	ทำ Power point เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวจีนสไคล์ FIT และรวบรวมข้อมูลคนมีชื่อเสียงในประเทศจีน
สัปดาห์ที่4	หาข้อมูลของอาจารย์สอนคอร์สเรียนออนไลน์ของเว็บคู่แข่ง
สัปดาห์ที่5	รวบรวมข้อมูลจำนวนของพนักงานบริษัทขนาดใหญ่ที่มีจำนวนพนักงานมากกว่า1000 คนขึ้นไป
สัปดาห์ที่6	หาข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทญี่ปุ่นในไทยที่คนอยากไปทำงานด้วยมากที่สุด
สัปดาห์ที่7	หาข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมหรูในกรุงเทพสำหรับคอร์สเรียนภาษาอังกฤษ
สัปดาห์ที่8	หาข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมหรูในต่างจังหวัดและข้อมูลรถตู้รองรับการเดินทางต่างๆสำหรับคอร์สเรียนภาษาอังกฤษ
สัปดาห์ที่9	หาข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมหรูในต่างจังหวัดเพิ่มเติมและข้อมูลรถตู้รองรับการเดินทางต่างๆสำหรับคอร์สเรียนภาษาอังกฤษ
สัปดาห์ที่10	รับหน้าที่รับผิดชอบ Cotent รวมถึงคิด โปร โมชั่นของเพจและศึกษาการโฆษณาผ่านทางไลน์@ ธุรกิจในเครือของบริษัท
สัปดาห์ที่11	รับหน้าที่รับผิดชอบ Content รวมถึงคิด โปร โมชั่นของเพจ Tomixegibla wifi
สัปดาห์ที่12	คิด โปร โมชั่นเพื่อนการโฆษณา-คิดข้อความโฆษณาคอร์สเรียนออนไลน์ คิด Caption เพื่อการ โฆษณาคอร์สเรียนลง Facebook
สัปดาห์ที่13	คิดข้อความโฆษณาคอร์สเรียนออนไลน์ คิด Caption เพื่อการ โฆษณาคอร์สเรียนลง Facebook
สัปดาห์ที่14	หา Production House ที่รับผลิต Video Semesty
สัปดาห์ที่15	รับหน้าที่ทำ Demo Content ลง แอปพลิเคชัน Collab
สัปดาห์ที่16	ประชุมสรุปผลการดำเนินงานตลอดระยะเวลาการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ตาราง 3.1 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานสำหรับรายงานสหกิจศึกษา

3.7.2 การเขียนขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานสำหรับการจัดรายงานสหกิจศึกษา

ขั้นตอนการดำเนินงาน	พฤษภาคม 2561				มิถุนายน 2561				กรกฎาคม 2561				สิงหาคม 2561			
การนำเสนอหัวข้อรายงาน	x	x	x	x	x											
การรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น				x	x	x	x									
การปฏิบัติการจัดกิจกรรมพิเศษ						x	x	x	x							
ติดตามผลงาน									x	x	x					
สรุปการปฏิบัติงานทั้งหมด									x	x	x	x	x	x		
นำมาเขียนเป็นเล่มรายงาน								x	x	x	x	x	x	x	x	x

ตารางที่ 3.2 แสดงระยะเวลาและการพัฒนาของตัวรายงาน

3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

3.8.1 อุปกรณ์ด้านฮาร์ดแวร์

3.8.1.1 เครื่อง Notebook

3.8.2 อุปกรณ์ด้านซอฟต์แวร์

3.8.2.1 Google doc

3.8.3 เครื่องมืออื่นๆ

1.สมุดจด 1 เล่ม

2.ปากกา 1 ด้าม

บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงาน

จากการที่ได้เข้าไปฝึกงานที่บริษัท โอเวียที จำกัด นั้นข้าพเจ้าได้ศึกษาและลงมือทำในเรื่องขั้นตอนการเขียนข้อความโฆษณาธุรกิจการเรียนการสอนประเภทออนไลน์ ซึ่งเป็นการศึกษาขั้นตอนในการเขียนข้อความโฆษณาและบริพจากทีม ฝ่ายบริหารงานลูกค้า(AE) เพื่อนำข้อมูลที่ได้มากลับมาคิดสร้างสรรค์ข้อความเพื่อการโฆษณา โดยทีมงานของเราต้องสามารถตอบโจทย์และวัตถุประสงค์ที่ลูกค้าต้องการ โดยการปฏิบัติงานสามารถทำให้ทราบถึงกระบวนการทำงานภายในองค์กรนี้

4.1 ขั้นตอนก่อนการดำเนินงาน

4.1.1 การรับบริพจากฝ่าย AE (ฝ่ายบริหารงานลูกค้า)

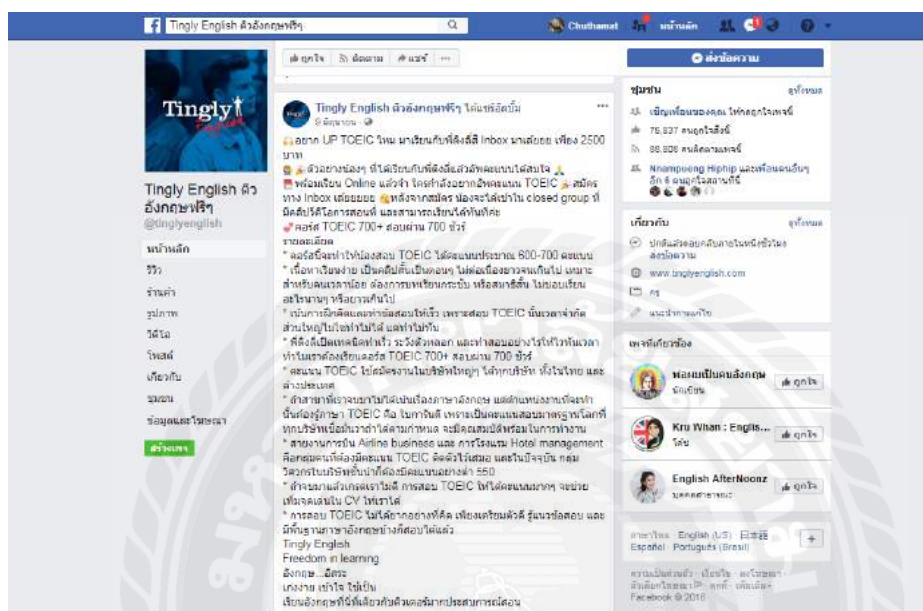
เข้าร่วมประชุมเพื่อรับบริพจาก AE (ฝ่ายบริหารงานลูกค้า) ให้คิดโปรโมชันและทำข้อความโฆษณาของคอร์สเรียนอาจารย์ ดิงลี่ เพื่อจัดทำโปรโมชันเนื้อหาโฆษณาแบบ HardSale ฝ่ายAE ได้บริพมาว่า กลุ่มลูกค้าของอาจารย์จะเป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษาเป็นส่วนใหญ่ ลองลงมาคือกลุ่มวัยทำงาน จึงอยากได้เนื้อหาข้อความที่มีความทันสมัย สามารถดึงดูดความสนใจคนรุ่นใหม่ได้เป็นอย่างดี เนื่องจากอาจารย์ดิงลี่เพิ่งเปิดคอร์สเรียนออนไลน์ขึ้นมา จึงต้องการลูกค้ามีจุดประสงค์เพื่อต้องการ โปรโมทเว็บไซต์คอร์สเรียนออนไลน์ให้เป็นที่รู้จัก



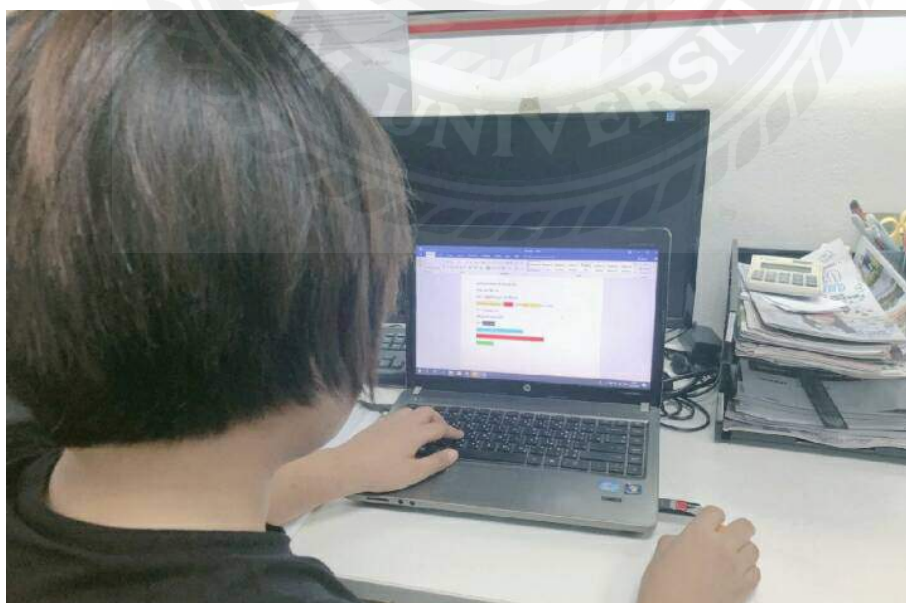
รูปที่ 4.1 รับบริพจากฝ่าย AE (ฝ่ายบริหารงานลูกค้า)

4.2 ขั้นตอนการรวบรวมข้อมูล

4.2.1 ศึกษาข้อมูลสินค้า หลังจากที่ได้รับบริฟจากฝ่าย AE ผู้จัดทำจึงเริ่มศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับคอร์สเรียนของอาจารย์ดิงลี่ ทางสื่อออนไลน์ที่เคยลงไป ผ่านทาง facebook เพื่อรวบรวมข้อมูลต้นแบบเกี่ยวกับโฆษณา เพื่อหาแนวคิดลักษณะการใช้ภาษาแบบสมัยใหม่ ที่ได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

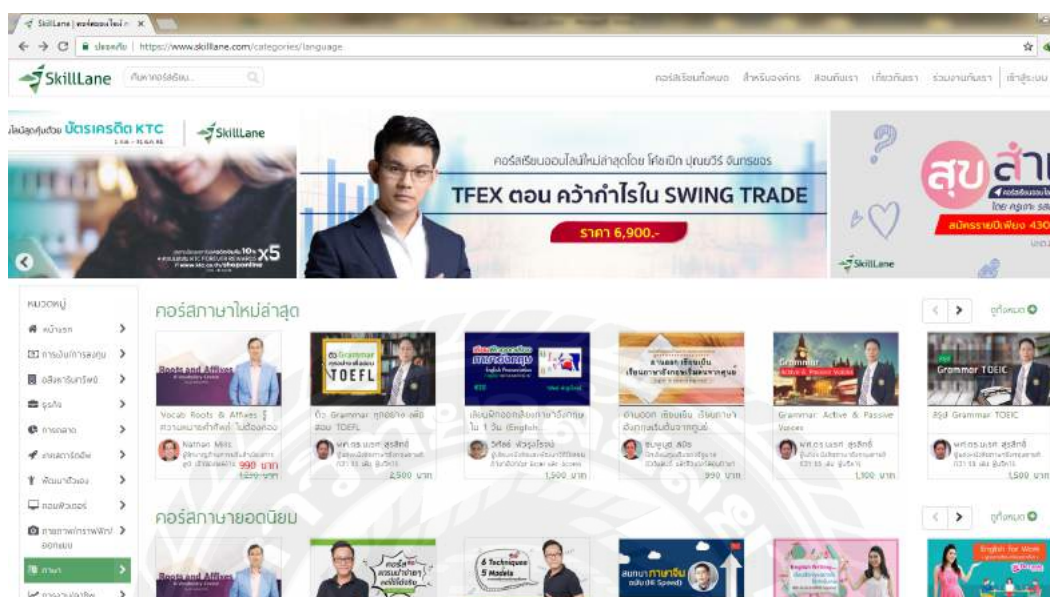


รูปที่ 4.2 รวบรวมข้อมูลคอร์สเรียนออนไลน์ผ่านทางfacebook

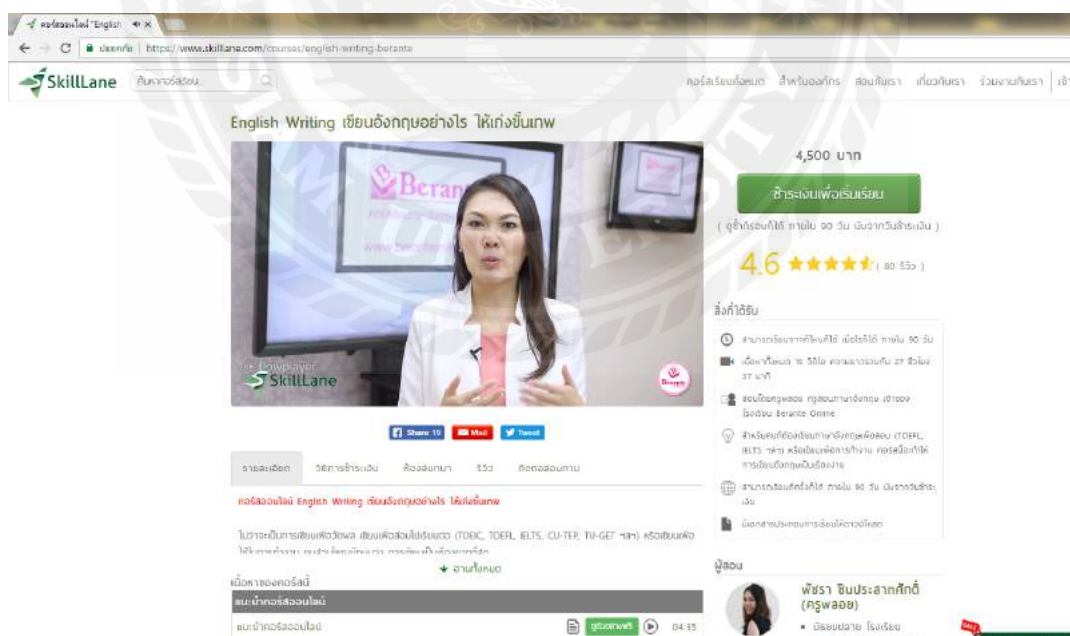


รูปที่ 4.3 รวบรวมข้อมูลคอร์สเรียนออนไลน์

4.2.2 ศึกษาข้อมูลคู่แข่ง โดยคู่แข่งของคอร์สเรียนออนไลน์คือ เว็บไซต์ <https://www.skilllane.com> ที่ทำธุรกิจเรียนออนไลน์เหมือนกัน ต้องรวบรวมข้อมูลทั้งจุดเด่นจุดด้อยของคู่แข่งเมื่อเปรียบเทียบกับคอร์สเรียนออนไลน์ของทางลูกค้า เพื่อนำมาใช้ในการคิดโปรโมชัน



รูปที่ 4.4 รวบรวมข้อมูลคู่แข่งจากเว็บไซต์ <https://www.skilllane.com>



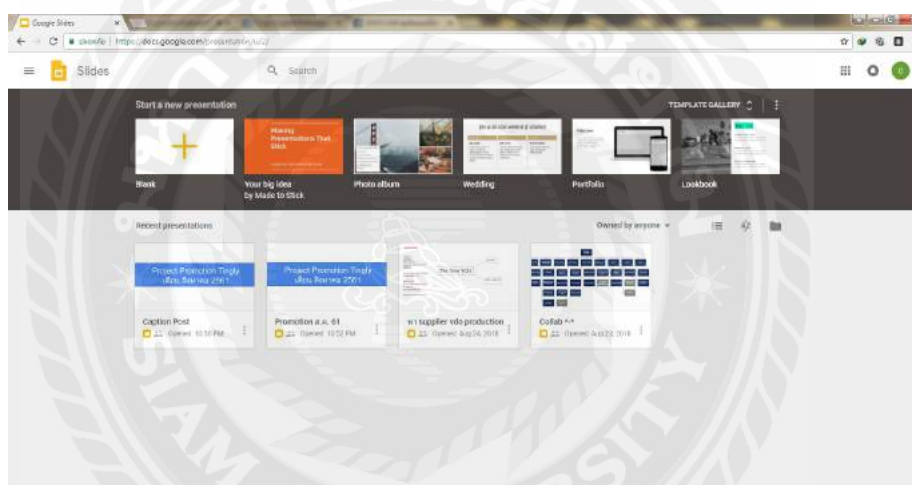
รูปที่ 4.5 รวบรวมข้อมูลคู่แข่งจากเว็บไซต์ <https://www.skilllane.com>

4.3 ขั้นตอนการคิด Keyword และ ข้อความโฆษณา

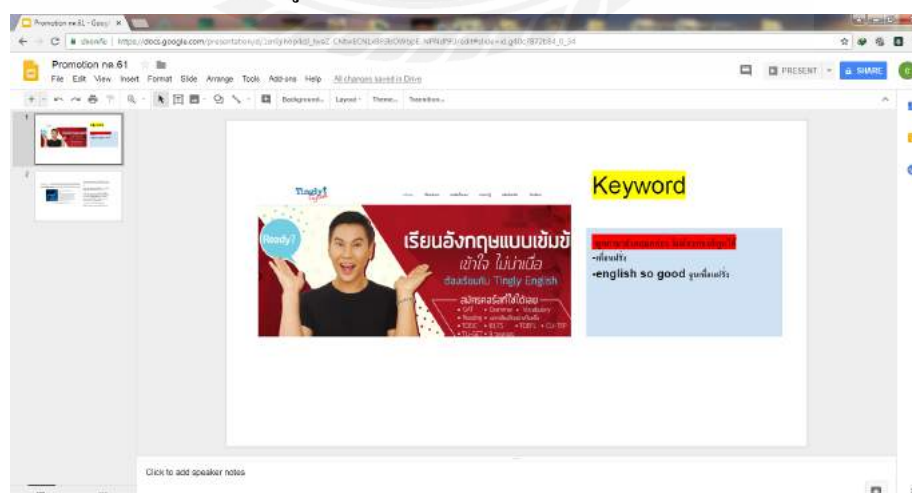
4.3.1 ขั้นตอนการคิด Keyword หลังจากที่ได้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับคอร์สเรียนออนไลน์ของอาจารย์ดังที่ทั้งในเรื่องของกลุ่มเป้าหมาย ข้อมูลเนื้อหาการสอนภายในคอร์สเรียนที่ต้องการทำโปรโมชัน ข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่ง นำทุกอย่างที่ได้มาคิดเป็น Keyword ที่ต้องการจะบอกกับกลุ่มเป้าหมาย ควรเป็นคำพูดที่สามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้

- ตัวผู้จัดทำได้ Keyword คือ “พูดภาษาอังกฤษคล่อง ไม่ต้องท่องก็พูดได้” โดยต้องการบอกถึงประโยชน์ที่กลุ่มเป้าหมายหรือผู้เรียนจะได้รับเมื่อเข้าเรียนคอร์สภาษาอังกฤษอย่างตรงไปตรงมา เมื่อเรียนจบคอร์สจะสามารถพูดภาษาอังกฤษได้โดยไม่ต้องอาศัยการท่องจำอย่างที่เคยทำมาตั้งแต่เด็ก

- ส่วนการทำงานจะทำใน google doc ใช้อีเมลในการทำงานเพื่อความสะดวกในการทำงาน



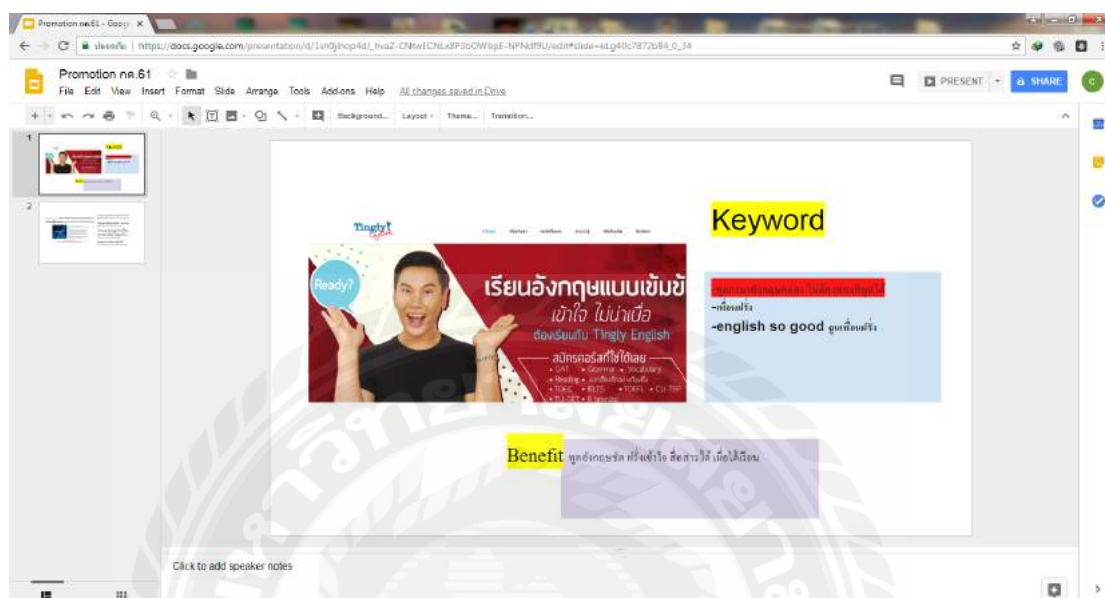
รูปที่ 4.6 ทำงานใน google doc



รูปที่ 4.7 นำ Keyword ที่คิดได้ใส่สไลด์

4.3.2 เมื่อได้ Keyword มาแล้ว ขั้นแรกต้องเริ่มการหาประโยชน์ต่อลูกค้า Benefit Commitment หากจากข้อมูลที่ได้รวบรวมมาในส่วนแรก ประโยชน์ที่กลุ่มเป้าหมายหรือผู้เรียนจะได้รับจากการเรียนคอร์สเรียน

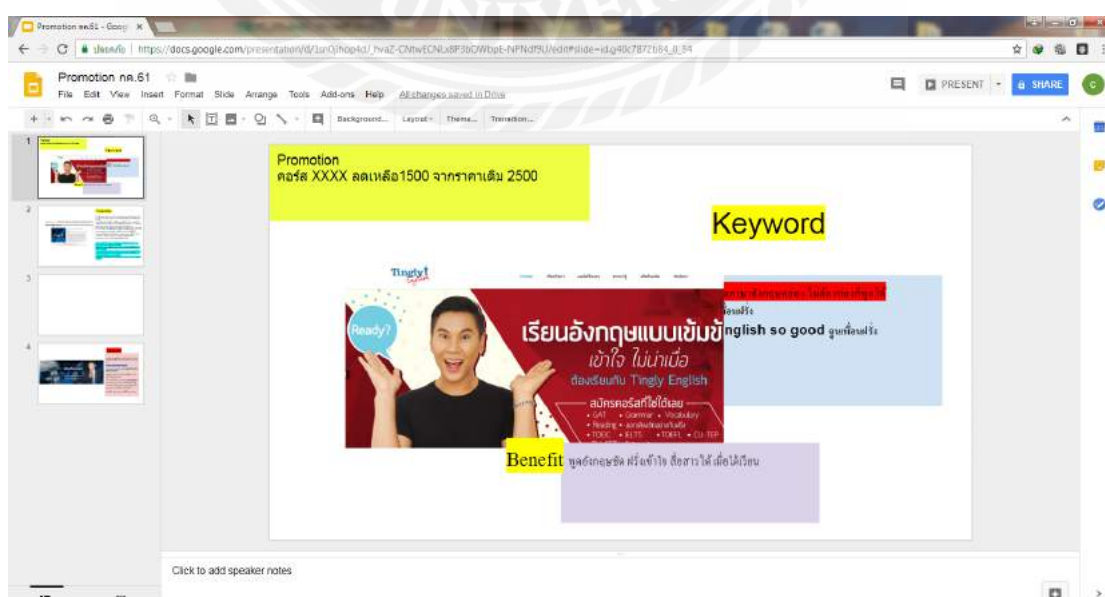
- Benefit ที่ผู้จัดทำก็คือ พูดอังกฤษชัด ฟังเข้าใจ สื่อสารได้ เมื่อได้เรียน



รูปที่ 4.8 นำ Benefit ที่คิดได้ใส่สไลด์

4.3.3 ต่อมาเพื่อกระตุ้นความสนใจของกลุ่มเป้าหมายจึงต้องทำการบอกผลประโยชน์ผู้เรียนจะได้รับเป็นการตอบแทน หรือที่เรียกว่า โปรโมชั่นสินค้า

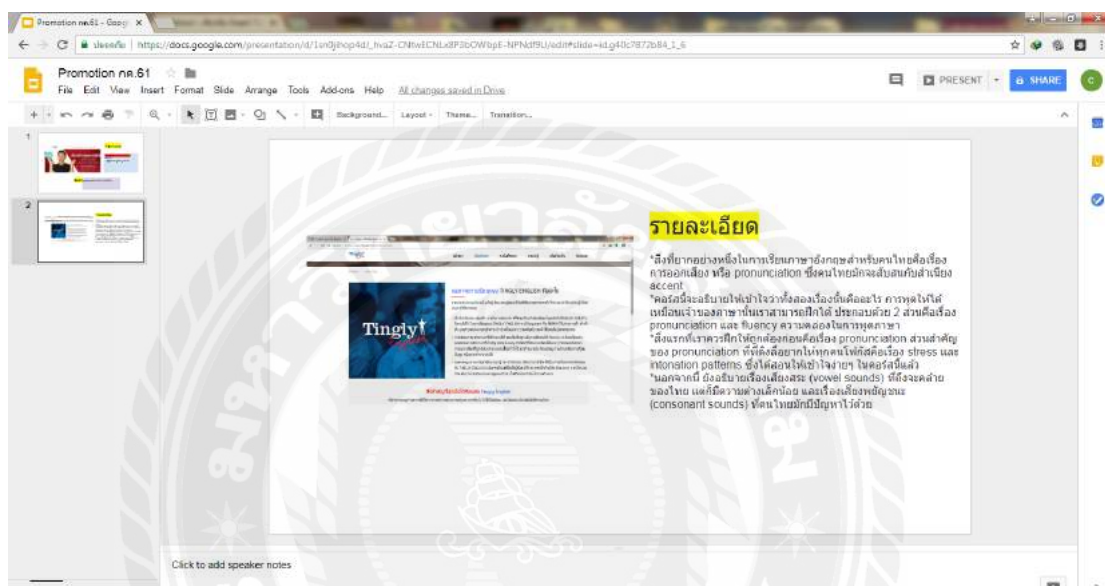
- ในส่วน โปรโมชั่นนี้ทางบริษัทได้มีการตกลงกับอาจารย์หรือลูกค้าว่าจะทำการจัดโปรโมชั่นจะลดราคาคอร์สเรียน ลดราคาจาก 2,500 บาท เหลือ 1,500 บาท



รูปที่ 4.9 โปรโมชั่นที่ทำการลดราคา

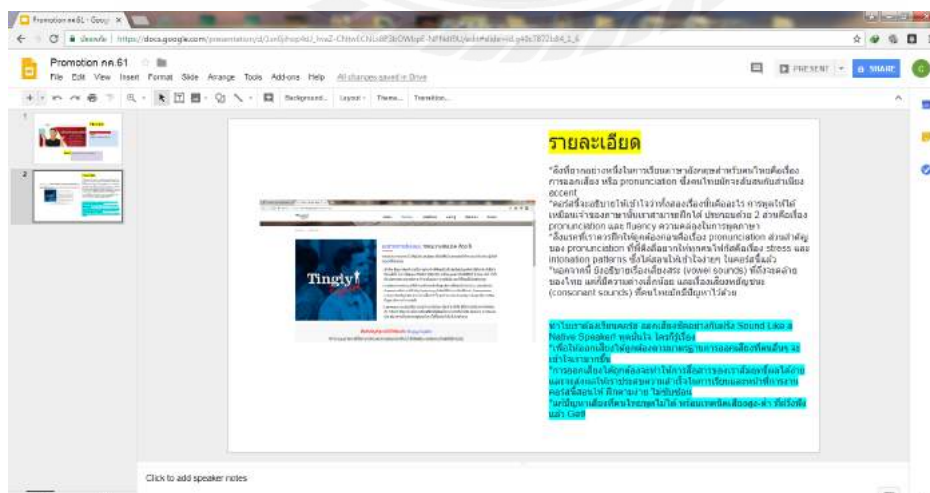
4.3.4 ในขั้นตอนต่อมาการที่เขามีทั้งโปรโมชัน และข้อความโฆษณา ยังไม่เพียงพอต่อการโน้มน้าวใจให้กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจซื้อคอร์สเรียน เพราะผู้ซื้อยังไม่ทราบถึงคุณสมบัติของสินค้านั่นเอง

- ในส่วนนี้ต้องใช้ภาษาและคำพูดที่สามารถสร้างความเชื่อมั่น เพื่อให้เกิดการงู้อะยากเรียนคอร์สเรียนออนไลน์ของอาจารย์ดังดี ในส่วนแรกจะต้องใช้การเกริ่นที่มาและปัญหาเพื่อกระตุ้นให้เกิดการแก้ไขอย่างง่าย ปัญหาการอ่านออกเสียงภาษาอังกฤษของคนไทยและปิดท้ายด้วยปัญหานี้สามารถแก้ไขได้ด้วยการมาเรียนคอร์สเรียนของอาจารย์

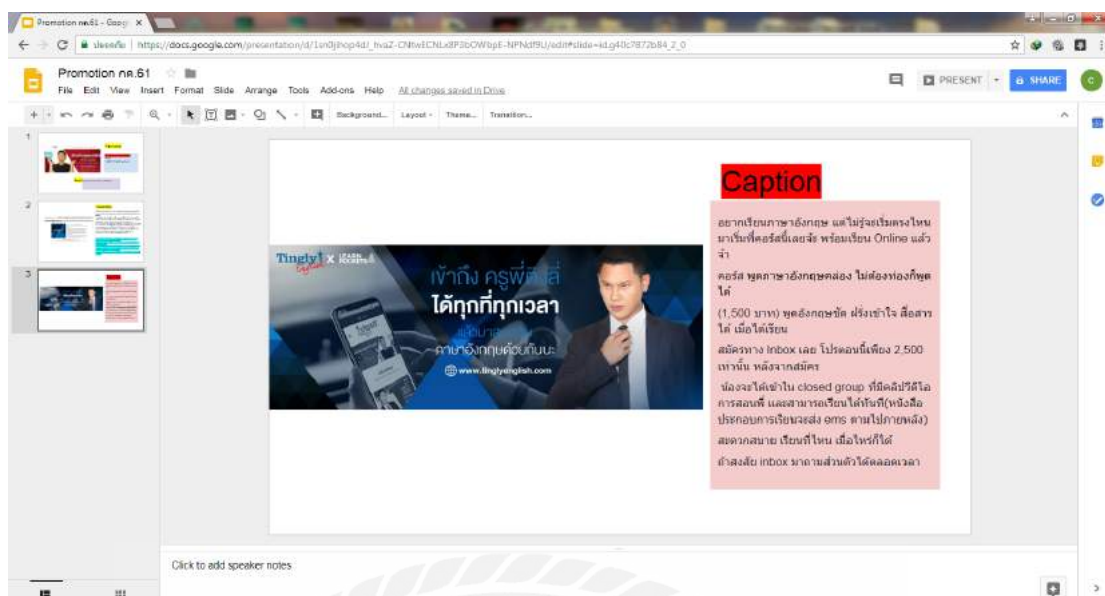


รูปที่ 4.10 นำรายละเอียดข้อความที่คิดได้สไลด์

4.3.5 ส่วนสุดท้ายของข้อความ ควรมีการตั้งคำถามให้หุ้คิดตาม ทำให้เกิดความคล้อยตามได้ง่าย อย่าง เพราะเหตุใดเราจึงต้องออกเสียงให้ชัดแบบฝรั่ง การอ่านออกเสียงชัดมีประโยชน์ในการทำงานและจะทำให้การสื่อสารของเราสัมฤทธิ์ผลได้ง่าย



รูปที่ 4.11 นำรายละเอียดข้อความที่คิดได้สไลด์



รูปที่ 4.12 นำรายละเอียดข้อความที่คิดใส่สไลด์

4.4 ขั้นตอนการตรวจสอบและการแก้ไขงาน

4.4.1 ขั้นตอนส่งงานให้พี่เลี้ยงของบริษัทมาตรวจพิจารณางานก่อนส่งงานให้ลูกค้า

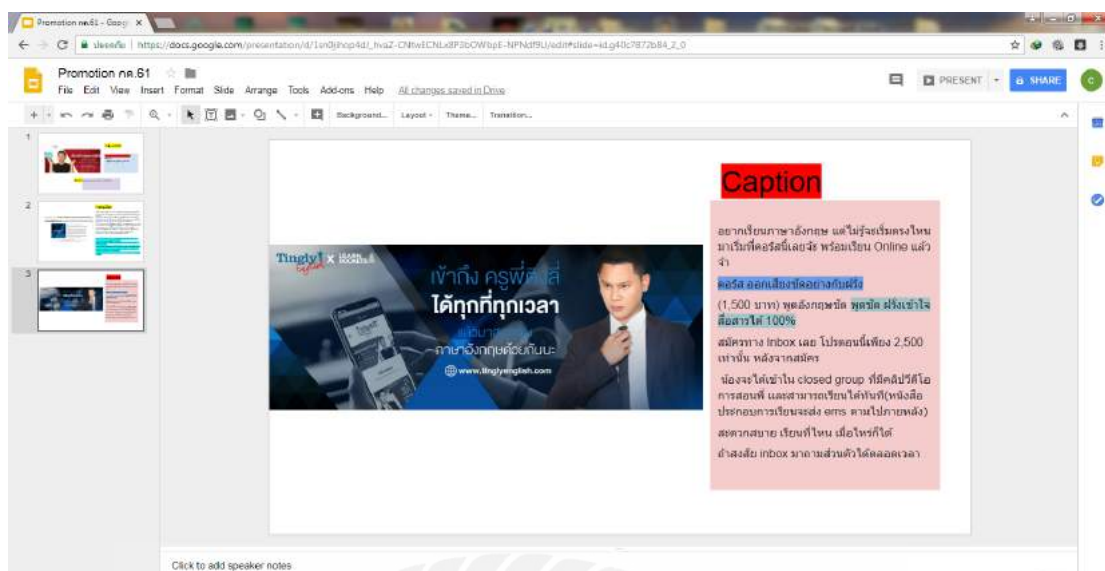
พิจารณางานข้อความ

ในส่วนนี้โดนแก้ไขการใช้คำตั้งแต่ส่วนของ Keyword เปลี่ยนเป็น “ออกเสียงชัดอย่างกับฝรั่ง”

โดนให้แก้ไขการใช้คำและความถูกต้องของคำในข้อความโฆษณา รวมถึงความกระชับคำให้มากยิ่งขึ้น



รูปที่ 4.13 นำงานไปให้พี่เลี้ยงตรวจพิจารณา

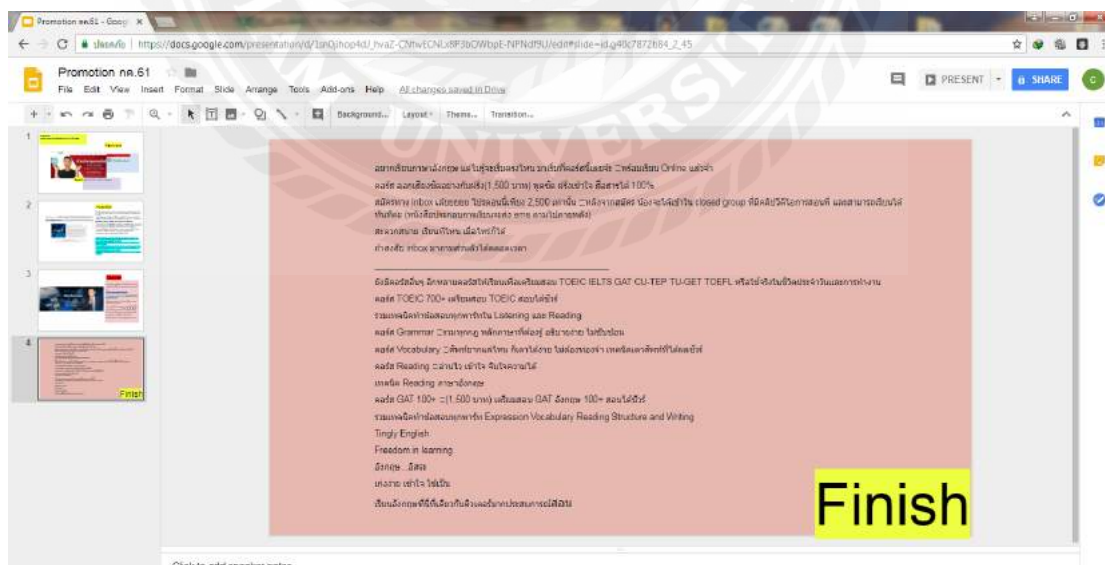


รูปที่ 4.14 งานที่ได้รับการแก้ไข

4.5 ขั้นตอนส่งงานให้ลูกค้าพิจารณา

4.5.1.ส่งงานทั้งหมดให้กับฝ่ายAE เพื่อจะได้นำไปนำเสนอต่อลูกค้าพร้อมนำข้อเสนอมาปรับปรุงแก้ไข จนกว่าจะทำให้ลูกค้าพึงพอใจ

-ในส่วนนี้ลูกค้าตกลงกับข้อความโฆษณาที่ส่งไปให้แต่เพียงจะเปลี่ยนแปลงการจัดวางช่วงล่างข้อความลูกค้าต้องการเพิ่มส่วนโฆษณาโปรโมชันคอร์สอื่นแทนส่วนรายละเอียดคอร์สเรียน และนำรายละเอียดใส่ตรงช่วงคอมเม้นแทน



รูปที่ 4.15 งานที่ได้รับการแก้ไขรอบที่ 2

4.6 ขั้นตอนการผลิตสื่อโฆษณา

เมื่อได้ข้อความโฆษณาที่แน่นอนแล้วจึงนำ ข้อความโฆษณาที่ทำไปส่งให้กับ Graphic Design มาประกอบชิ้นงานรวมภาพประกอบและจัดเรียงข้อความให้โฆษณาเกิดความสมบูรณ์ เป็นไปตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุด เพื่อโพสต์โปรโมทและทำการโฆษณาในขั้นตอนต่อไป



รูปที่ 4.6 ข้อความโฆษณาที่ทำไปส่งให้กับ Graphic

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

จากการปฏิบัติงานที่ บริษัท โอเวียทรี จำกัด เป็นระยะเวลา 16 สัปดาห์ ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2560 ถึงวันศุกร์ที่ 31 สิงหาคม พ.ศ. 2561 ได้รับมอบหมายงานส่วนของงานที่ต้องใช้การคิดวิเคราะห์ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นคิดข้อความโฆษณา คิดคอนเท้น คิดโปรโมชัน ในงานโฆษณาต่างๆ รวมถึงการรับบริฟจาก AE เพื่อนำมาลงสื่อออนไลน์ ทั้งใน Website Facebook อีกทั้งได้เรียนรู้ถึงขั้นตอนการทำงานในบริษัท การทำงานร่วมกัน การตรงต่อเวลา การมีความรับผิดชอบต่อตนเอง และงานที่ได้รับมอบหมายเป็นการเรียนรู้ประสบการณ์ในการทำงานจริง

ในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้นำเอาศักยภาพด้านการคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับข้อความโฆษณามาใช้อย่างเต็มที่ โดยใช้ความรู้พื้นฐานจากประสบการณ์ในการศึกษามาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงานจริง ซึ่งในการคิดข้อความโฆษณาออนไลน์ ได้รับคำติชมจากผู้มีประสบการณ์ทางด้านข้อความโฆษณาภายในบริษัท ทั้งยังได้รับคำแนะนำที่ดีนำมาปรับปรุงเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ยังมีอุปสรรคในการปฏิบัติงานคือ บางครั้งผู้จัดทำรายงานใช้เวลาทำงานที่เราได้รับมอบหมายมากเกินไปเพราะความที่ยังไม่เข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาที่ได้รับการบริฟมาในที่ประชุม ผู้จัดทำรายงานยังขาดประสบการณ์ในการปรับตัวให้ทำงานร่วมกันกับหลายบุคคลภายในในส่วนนี้ทางผู้จัดทำรายงานได้พยายามเข้าหารุ่นพี่เพื่อขอคำปรึกษาและเรียนรู้รับฟังคำสอนเกี่ยวกับงานที่ได้รับมอบหมาย

5.2 ข้อเสนอแนะการปฏิบัติงานสหกิจ

5.2.1 ขาดประสบการณ์ในการทำงานจริงในองค์กร ทำให้เกิดเกิดการสื่อสารที่สร้างความผิดพลาดในการสื่อสารก่อให้เกิดความเข้าใจไม่ตรงกัน ทำให้ในบางครั้งทำงานไม่ตรงตามโจทย์ที่ได้รับ ข้อเสนอแนะคือ เมื่อเกิดข้อสงสัยควรเรียบเรียงข้อมูลและทำความเข้าใจกับคนบริฟงานให้เข้าใจตรงกันก่อนและรู้จักยอมรับฟังคำติจากความคิดเห็นที่เกิดขึ้น

5.2.2 ศัพท์เฉพาะทางการโฆษณาออนไลน์ บางคำที่ผู้ศึกษายังไม่ทราบ ทำให้บางครั้งก่อให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการทำงาน ข้อเสนอแนะคือควรเตรียมความพร้อมด้านคำศัพท์เฉพาะที่ใช้ในงานโฆษณา

5.2.3 บางครั้งมีหลายงานเข้ามาในเวลาเดียวกัน ผู้ฝึกต้องจัดเรียงตารางการทำงานให้ดีขึ้น ถามที่เลี้ยงอยู่สมควรว่าต้องการงานเมื่อไหร่ เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นเป็นการฝึกความรับผิดชอบต่องานและหน้าที่ในการทำงาน

5.3สรุปผลรายงานการจัดทำโครงการสหกิจศึกษา

5.3.1เพื่อศึกษาขั้นตอนการคิดข้อความโฆษณา คอ์สเรียนออนไลน์ผ่านสื่อออนไลน์ทั้ง Website และ Facebook

5.3.2เพื่อศึกษาขั้นตอนการทำโฆษณาคอ์สเรียนออนไลน์ โดยสรุปผลว่าเริ่มจากการประชุมวางแผน รวบรวมข้อมูลทั้งของเราและคู่แข่ง จากนั้นนำมาคิด Keyword ตลอดจนวิธีการเขียนข้อความโฆษณา

5.4ข้อเสนอแนะสำหรับรายงานสหกิจศึกษา

5.4.1ด้านการเดินทางไปสถานที่ปฏิบัติงานมีระยะไกลพอสมควรทำให้เกิดความล่าช้าในการเดินทางเนื่องจากอุปสรรคจากทางการจราจร ทำให้ต้องประมาณเวลาการเดินทางเผื่อไว้เพื่อที่จะไปทำงานได้ตามเวลาที่สถานที่ปฏิบัติงานกำหนดไว้

5.4.2การปฏิบัติงานนอกสถานที่ที่เกิดขึ้นในระยะกระชั้นชิดควรที่จะต้องเตรียมตัวให้พร้อมเสมอที่จะออกไปปฏิบัติงาน



บรรณานุกรม

- จิราวรรณ บุญฤทธิ์. (2555). คำนิยมไทยในภาษาโฆษณาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ.2542-2552. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พรทิพย์ สัมปิตตะวานิช. (2550). แรงจูงใจกับการโฆษณา. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.





ประวัติผู้จัดทำ

ชื่อ นางสาว จุฑามาศ เหมือนเอี่ยม
รหัส 5804600255
เบอร์ติดต่อ 099-159-0522
Email chuthamat.nan522@gmail.com
ที่อยู่ปัจจุบัน 177/5 ม.2 ซอยโต้ตั้ง
ตำบล สวนหลวง
ถนน เศรษฐกิจ
อำเภอกระทุ่มแบน
จังหวัด สมุทรสาคร 74110

ประวัติการศึกษา 2552 สำเร็จการศึกษาชั้นประถมศึกษาโรงเรียนเทพนิมิตพัฒนา
2555 สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาโรงเรียนสมุทรสาครบูรณะ
2558 สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาโรงเรียนสมุทรสาครบูรณะ

ปัจจุบัน กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี คณะนิเทศศาสตร์

วิชาเอก การโฆษณา

ประสบการณ์ด้านสหกิจศึกษา

ตำแหน่ง ผู้ช่วยคิดข้อความโฆษณา Copy writer
สถานประกอบการ บริษัท โอเวย์ที จำกัด

ทักษะและความสามารถพิเศษ

- มีความสามารถในการเขียนข้อความโฆษณา
- สามารถใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่างๆได้ Adobe Photoshop, Adobe Illustrator , , Microsoft Word, Microsoft Excel