



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การออกแบบและผลิตสื่อโฆษณาออนไลน์กรณีศึกษา

บริษัท เอ็น แอนด์ พี ครีเอชั่น จำกัด

Design and production of online advertising media for N&P

Creation Company

โดย

นางสาว ชุติกาญจน์ กุศลสะพรั่ง 5906400025

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชา 143 – 491 สหกิจศึกษา

ภาควิชา แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2562

หัวข้อโครงการ การออกแบบและผลิตสื่อโฆษณาออนไลน์กรณีศึกษา
บริษัท เอ็น แอนด์ พี ครีเอชั่น จำกัด
Design and production of online advertising media for N&P
Creation Company

รายชื่อผู้จัดทำ นางสาว ชุตติกาญจน์ กุศลสะพรั่ง

ภาควิชา แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ภาสกร ธนานันท์

อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ภาควิชาแอนิเมชัน
และสื่อสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยสยาม ประจำปีการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2561



.....กรรมการกลาง
(อาจารย์ ทศพร เทียนศรี)

.....ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา
(ผศ.ดร.มารุจ ลิ้มปะวัฒนะ)

จดหมายนำส่งรายงาน

วันที่ 30 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2562

เรื่องขอส่งรายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา
เรียนอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษาภาควิชา แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์
อาจารย์ ภาสกร ชนานันท์

ผู้จัดทำ นางสาว ชุตติกาญจน์ กุศลสะพรั่ง นักศึกษาภาควิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม ได้ไปปฏิบัติงาน สหกิจศึกษาระหว่างวันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2562 ถึงวันที่ 30 สิงหาคม พ.ศ. 2562 ในตำแหน่ง กราฟิกดีไซน์ (Graphic designer) ณ บริษัท เอ็นแอนด์พี ครีเอชั่น จำกัด และได้รับมอบหมายจาก พนักงานที่ปรึกษาให้ศึกษาและทำรายงานเรื่อง “การออกแบบและผลิตสื่อโฆษณาออนไลน์กรณีศึกษา บริษัท เอ็น แอนด์ พี ครีเอชั่น จำกัด ”

บัดนี้การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้สิ้นสุดแล้ว ผู้จัดทำจึงขอส่งรายงานดังกล่าวมาพร้อมกันนี้จำนวน 1 เล่มเพื่อขอรับคำปรึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

นางสาว ชุตติกาญจน์ กุศลสะพรั่ง
นักศึกษาสหกิจศึกษาภาควิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgement)

การที่ผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษา บริษัท เอ็นแอนด์พี ครีเอชัน จำกัด ตั้งแต่ วันที่ 14 พฤษภาคม 2562 ถึงวันที่ 30 สิงหาคม 2562 ส่งผลให้ผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ต่าง ๆ ที่มีค่ามากสำหรับรายงานสหกิจฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดีจากความร่วมมือและความสนับสนุนจากหลายฝ่าย ดังนี้

1. อาจารย์ ภาสกร ชนานันท์ อาจารย์ที่ปรึกษา
2. คุณฉัฐ จูวงศ์ กรรมการ
3. คุณศิริวรรณ ถนนวนกลาง โพรคิวเซอร์

และบุคคลท่านอื่น ๆ ที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือในการจัดทำรายงาน

ผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ตลอดจนให้การดูแลและให้ความเข้าใจกับชีวิตของการทำงานจริง ซึ่งผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้จัดทำ

นางสาว ชุติกาญจน์ กุศลสะพรั่ง

18 กันยายน 2562

ชื่อหัวข้อโครงการ การออกแบบและผลิตสื่อโฆษณาออนไลน์กรณีศึกษา
 บริษัท เอ็น แอนด์ พี ครีเอชั่น จำกัด

หน่วยกิตของโครงการ 5 หน่วยกิต

รายชื่อผู้จัดทำ นางสาว ชุติกาญจน์ กุศลสระพรั่ง

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ภาสกร ธนานันท์

วุฒิการศึกษา วิทยาศาสตรบัณฑิต

ภาควิชา แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

คณะ เทคโนโลยีสารสนเทศ

ภาคการศึกษา / ปีการศึกษา 3/2561

บทคัดย่อ

รายงานการปฏิบัติสหกิจศึกษาเรื่อง การออกแบบและผลิตสื่อโฆษณาออนไลน์กรณีศึกษา บริษัท เอ็น แอนด์ พี ครีเอชั่น มีวัตถุประสงค์ ศึกษากระบวนการทำงานออกแบบและเพิ่มพูนความรู้และทักษะในการใช้ โปรแกรม Adobe Photoshop cc 2019 Adobe illustrator cc2019 Adobe Premiere Pro cc 2019 และ Adobe Audition cc 2019

บริษัท เอ็น แอนด์ พี ครีเอชั่น จำกัด เป็นบริษัทรับออกแบบและจัดทำสื่อโฆษณา ผู้จัดทำได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานในตำแหน่ง กราฟิกดีไซน์ มีหน้าที่ ออกแบบสื่อโฆษณาเพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์เฟสบุ๊ค แฟนเพจของบริษัท

ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา 16 สัปดาห์ ภายในบริษัทเอ็นแอนด์พีครีเอชั่น จำกัด ได้พัฒนาทักษะทางวิชาชีพและได้พัฒนาทักษะปฏิบัติงานตามสภาพจริง โดยได้บูรณาการองค์ความรู้จากการศึกษาเข้ากับการทำงานในสถานประกอบการ

คำสำคัญ : การออกแบบ / สื่อโฆษณา / ออนไลน์

ผู้อนุมัติ

Project Title : Design and Production of Online Advertising Media for N&P
Creation Company
Credits : 5 Credits
By : Miss Chutikarn Kusunsaprang
Advisors : Mr. Pasaskorn Thananan
Degree : Bachelor of Science
Major : Animation and Creative Media
Faculty : Information technology
Semester / Academic year : 3/2018

Abstract

This Cooperative Education Report is about "Case Study: Design and Production of Online Advertising Media" for N&P Creation Company. The objectives of this report, were:1) to study the design process;2) to gain more knowledge and skill of using Adobe Photoshop cc 2019, Adobe illustrator cc 2019, Adobe Premiere Pro cc 2019 and Adobe Audition cc 2019.

N&P Creation Company is a company that designs and creates advertising media. The researcher had been assigned as graphic designer. The responsibility was to design advertising media for publishing in the company's Facebook Fanpage.

In this 16 weeks of training, the N&P Creation Company's consultant has helped the student improve her skills on how to be a professional and real working situations by integrating knowledge from education with work in the workplace.

Keywords: Advertising media / Design / Media production


Approved

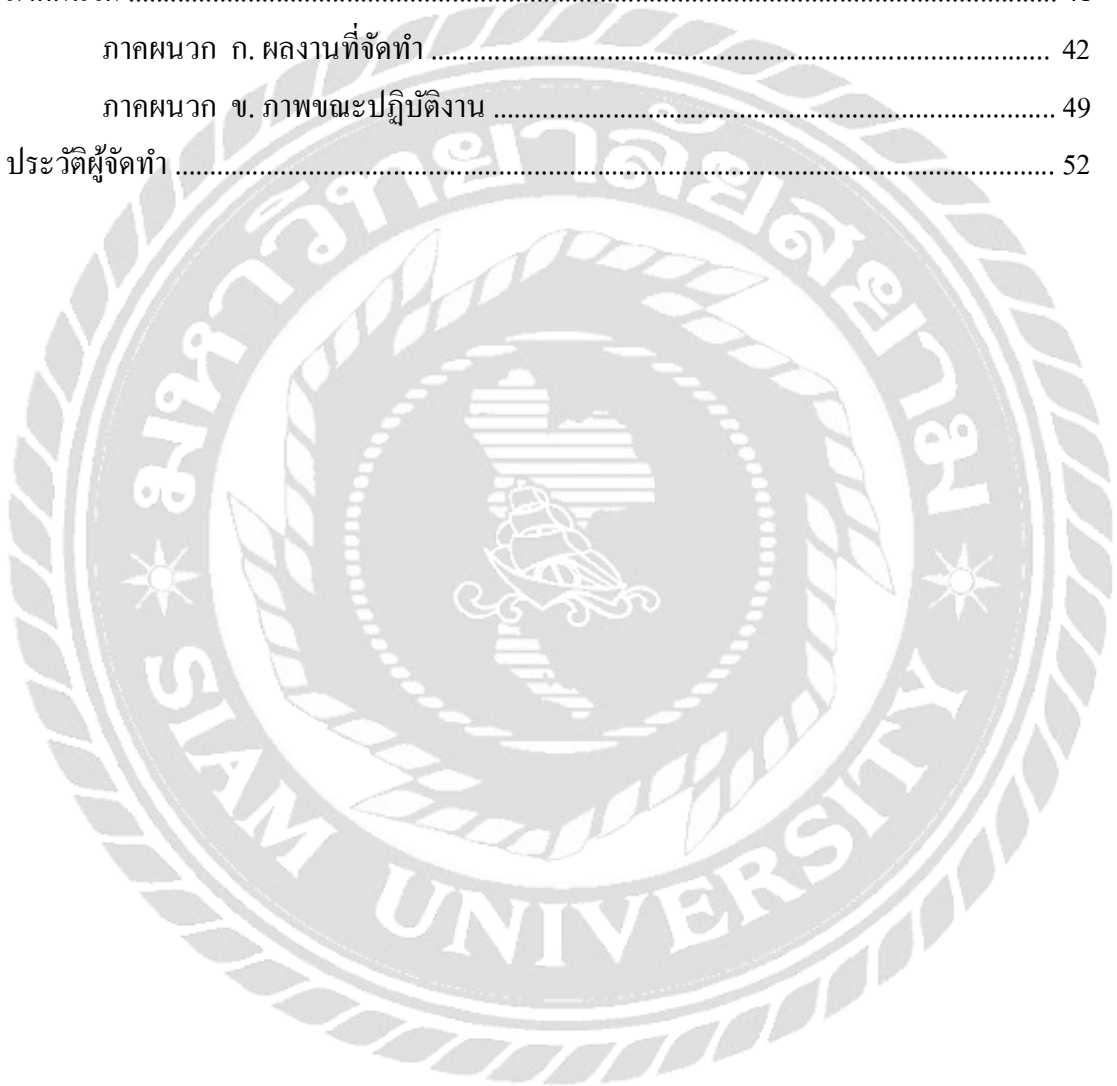
สารบัญ

หน้า

จดหมายนำส่งรายงานตัว.....	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ.....	ค
Abstract.....	ง
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	1
1.3 ขอบเขตของโครงการ.....	1
1.4 ผลที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
บทที่ 2 การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ความหมายและความสำคัญของสื่อโฆษณา.....	3
2.2 หลักองค์ประกอบศิลป์.....	4
บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน	
3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ.....	19
3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร.....	20
3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารงานขององค์กร.....	20
3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย.....	20
3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา.....	21
3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน.....	21
3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการเพื่อนำเสนอผลงาน.....	21
3.8 ระยะเวลาในการดำเนินงานของโครงการ.....	22
3.9 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้.....	23
บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ	
4.1 ขั้นตอนการจัดทำโครงการ.....	24
4.2 ขั้นตอนการวางแผนการดำเนินงาน.....	24
4.3 ขั้นตอนการออกแบบ.....	26

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปโครงการสหกิจศึกษา	38
5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา	39
บรรณานุกรม	40
ภาคผนวก	41
ภาคผนวก ก. ผลงานที่จัดทำ	42
ภาคผนวก ข. ภาพขณะปฏิบัติงาน	49
ประวัติผู้จัดทำ	52



สารบัญรูปภาพ

	หน้า
รูปที่ 2.1 สัดส่วน	5
รูปที่ 2.2 ความสมดุล 2 ข้างเท่ากัน.....	6
รูปที่ 2.3 ความสมดุล 2 ข้างไม่เท่ากัน	6
รูปที่ 2.4 จังหวะลีลา	7
รูปที่ 2.5 ภาพที่มีจุดเด่นหลัก	7
รูปที่ 2.6 ภาพที่มีจุดเด่นรอง	8
รูปที่ 2.7 ภาพที่มีเอกภาพจากความประสานกันของเส้น	8
รูปที่ 2.8 ภาพที่มีความขัดแย้งกันด้านผิว	9
รูปที่ 2.9 ความกลมกลืนด้วยเส้น	9
รูปที่ 2.10 จุด	10
รูปที่ 2.11 ลักษณะของเส้น โค้งแบบตั้ง	11
รูปที่ 2.12 ลักษณะของเส้น โค้งแบบนอน	12
รูปที่ 2.13 ลักษณะของเส้น โค้งแบบเฉียง	12
รูปที่ 2.14 ลักษณะของเส้น โค้งแบบหยัก	12
รูปที่ 2.15 ลักษณะของเส้น โค้งแบบคลื่น	13
รูปที่ 2.16 ลักษณะของเส้น โค้งแบบก้นหอย	13
รูปที่ 2.17 ลักษณะของเส้น โค้งวงแคบ	14
รูปที่ 2.18 ลักษณะของเส้นประ	14
รูปที่ 2.19 วงจรสี	15
รูปที่ 2.20 รูปร่างธรรมชาติ	15
รูปที่ 2.21 รูปทรงเรขาคณิต	16
รูปที่ 2.22 รูปร่างอิสระ	16
รูปที่ 2.23 รูปทรง	17
รูปที่ 2.24 น้ำหนักอ่อน-แก่	17
รูปที่ 3.1 แผนที่ตั้งบริษัท	19
รูปที่ 3.2 ตราสัญลักษณ์ของบริษัทเอ็นแอนด์พี ศรีเอชัน จำกัด	20
รูปที่ 3.3 แผนผังโครงสร้างองค์กร	20

สารบัญรูปร่างภาพ (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 3.1 แสดงระยะเวลาในการดำเนินงานของโครงการ	22
รูปที่ 4.1 งานออกแบบของบริษัทที่ใช้เป็นสีและตัวละคร	24
รูปที่ 4.2 โทนสีหลักที่ใช้	25
รูปที่ 4.3 เว็บไซต์ NoxInfluencer	26
รูปที่ 4.4 ป้ายโฆษณา 10 อันดับยูทูปเบอร์ของไทย ครั้งที่ 1	27
รูปที่ 4.5 ป้ายโฆษณา 10 อันดับยูทูปเบอร์ของไทย ครั้งที่ 2	28
รูปที่ 4.6 เว็บไซต์ Hootsuite และเว็บไซต์ We are social	29
รูปที่ 4.7 ป้ายโฆษณา 12 social media ครั้งที่ 1	29
รูปที่ 4.8 ป้ายโฆษณา 12 social media ครั้งที่ 2	30
รูปที่ 4.9 การค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์ กูเกิ้ล	31
รูปที่ 4.10 5เคล็ดลับสร้างแบรนด์ยังงใจให้ปัง ครั้งที่ 1	31
รูปที่ 4.11 5เคล็ดลับสร้างแบรนด์ยังงใจให้ปัง ครั้งที่ 2	32
รูปที่ 4.12 ภาพที่นำมาจัดทำ	33
รูปที่ 4.13 การออกแบบป้ายวันคล้ายวันพระราชสมภพ ครั้งที่ 1	34
รูปที่ 4.14 การออกแบบป้ายวันคล้ายวันพระราชสมภพ ครั้งที่ 2	35
รูปที่ 4.15 การค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์ กูเกิ้ล	36
รูปที่ 4.16 การออกแบบป้ายโฆษณา ช่องทางการโปรโมท ครั้งที่ 1	36
รูปที่ 4.17 การออกแบบป้ายโฆษณา ช่องทางการโปรโมท ครั้งที่ 2	37
รูปที่ ก. 1 การออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อใช้ในงานบรรจุภัณฑ์	42
รูปที่ ก. 2 ตัดภาพสำหรับทำเว็บไซต์ Ketchup connect	42
รูปที่ ก. 3 ออกแบบนามบัตรเพื่อใช้ในการติดต่อกลุ่มเป้าหมาย	43
รูปที่ ก. 4 จัดทำสคลิปสำหรับใช้ถ่ายสื่อการสอนให้พนักงานใหม่	43
รูปที่ ก. 5 จัดทำป้ายโฆษณาสินค้าในแบนเนอร์ โคลโคโร่เพื่อประชาสัมพันธ์	44
รูปที่ ก. 6 จัดทำสคลิปสำหรับใช้ถ่ายสื่อการสอนให้พนักงานใหม่	44
รูปที่ ก. 7 ตัดภาพสำหรับทำเว็บไซต์	45
รูปที่ ก. 8 ออกแบบสื่อโฆษณาสำหรับ บริษัทดานอล	45
รูปที่ ก. 9 ออกแบบสื่อโฆษณาสำหรับ บริษัทดานอล	46
รูปที่ ก. 10 ทำซัพพลายเออร์สำหรับใส่ในวิดีโอการสอนพนักงานใหม่	46
รูปที่ ก. 11 จัดทำป้ายโฆษณารุ่นใหม่ น้ำผึ้งมะนาวช่วยอะไรบ้าง	47
รูปที่ ก. 12 จัดทำป้ายโฆษณารับมือสภาพอากาศด้วย 5 แอพนี้	47

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

	หน้า
รูปที่ ก. 13 จัดทำป้ายโฆษณาเว็บโหลดชาวด์	48
รูปที่ ข. 1 สถานที่ปฏิบัติงาน	49
รูปที่ ข. 2 จัดทำวีดีโอสอนพนักงานใหม่	50
รูปที่ ข. 3 นับจำนวนร้านค้าของไอศกรีมวอลล์ที่เปิดขาย	50
รูปที่ ข. 4 ตัดต่อวีดีโอสอนพนักงานใหม่	51
รูปที่ ข. 5 ออกกองยูนิลีเวอร์.....	51



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันสื่อออนไลน์ ได้เข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากในการทำการตลาด การขายสินค้า และการบริการ ของหน่วยงานต่าง ๆ เพราะพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่เปลี่ยนแปลง ไปใช้สื่อออนไลน์มากขึ้น ทำให้หลายหน่วยงาน ต้องมาทำการตลาดในสื่อ ออนไลน์ มากขึ้น เพื่อการเจาะกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้สินค้าและบริการสามารถสร้างภาพลักษณ์ให้กับหน่วยงาน

บริษัท เอ็น แอนด์ พี ครีเอชั่น จำกัด เป็นบริษัทที่รับดำเนินงานการผลิตสื่อทุกแขนง เช่น สื่อโฆษณา สื่อรายการวิทยุ โทรทัศน์ วิดีโอ วิทยุทัศน์ ดังนั้นทางสถานประกอบการจึงมอบหมายหน้าที่ในการผลิตสื่อการโฆษณาแบบออนไลน์ ขึ้นเพื่อกระจายข่าวสารในเฟสบุ๊ก แฟนเพจ ให้ทางสถานประกอบการให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น การผลิตสื่อออนไลน์ จะต้องคำนึงถึงข้อมูลที่จะต้องเผยแพร่ เพราะข้อมูลที่ได้เผยแพร่ผ่านทางสื่อออนไลน์ จะเป็นข้อมูลที่ถูกต้องสำหรับผู้ที่พบเห็น ซึ่งข้อมูลที่เผยแพร่ออกไปทางสื่อออนไลน์ควรจะเป็นความจริงและมีการอัปเดตอยู่ตลอดเวลา จะทำให้ผู้ที่มาพบเห็นสามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปใช้ในชีวิตจริงให้เกิดความผิดพลาดน้อยที่สุด

ทั้งนี้ บริษัท เอ็น แอนด์ พี ครีเอชั่น จำกัด จึงมอบหมายหน้าที่ในการผลิตสื่อโฆษณาแบบออนไลน์ลงใน เฟสบุ๊ก แฟนเพจ MONSTER Ads รับออกแบบและผลิตโฆษณาในราคาประหยัด โดยใช้โปรแกรม Adobe illustrator CC 2019 , Adobe illustrator cc2019 , Adobe Premiere Pro cc 2019 และ Adobe Audition cc 2019 ในการพัฒนา

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อประชาสัมพันธ์องค์กร

1.2.2 เพื่อศึกษาระบบการทำงานจริงภายในองค์กร

1.2.3 เพื่อศึกษาขั้นตอนการออกแบบและผลิตสื่อโฆษณาในรูปแบบออนไลน์

1.3 ขอบเขตของรายงาน

1.3.1 การผลิตสื่อในรูปแบบออนไลน์เพื่อโฆษณาลงในเฟสบุ๊ก แฟนเพจ

1.3.2 เพื่อศึกษากระบวนการผลิตสื่อ การวางแผนการทำงาน และขั้นตอนการผลิตสื่อตามโครงสร้างของบริษัท

1.3.3 ขอบเขตการศึกษาอยู่ระหว่าง เดือนพฤษภาคม 2562 – สิงหาคม 2562

1.4 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 สามารถนำประสบการณ์ที่ได้จากสถานประกอบการมาเพิ่มพูนความรู้
ความสามารถได้

1.4.2 กลุ่มเป้าหมายสามารถรับข้อมูลข่าวสารจากทางบริษัท เอ็น แอนด์ พี ครีเอชั่น

1.4.3 บริษัทเป็นที่รู้จักมากขึ้น



บทที่ 2

ทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การปฏิบัติโครงการสหกิจศึกษาเรื่อง การออกแบบและผลิตสื่อโฆษณาออนไลน์กรณีศึกษา บริษัท เอ็น แอนด์ พี ครีเอชั่น จำกัด ผู้จัดทำได้ทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

2.1 ความหมายและความสำคัญของสื่อโฆษณา

สื่อโฆษณาคือสิ่งที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของเราอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะการโฆษณาถือเป็นเครื่องมือสำคัญทางการตลาด ที่เกิดขึ้นเพื่อจูงใจให้มีความต้องการในการซื้อสินค้าหรือบริการ (ชวลรัตน์ อินทนนชัย, 2552) สื่อโฆษณาจึงเปรียบเสมือนตัวกลางที่สามารถนำเอาข่าวสารเกี่ยวกับผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคได้ตามเป้าหมาย คำว่า สื่อโฆษณานั้นได้มีคำนิยามไว้หลายแบบ (ชัชวาล สมทรัพย์, 2554) ให้ความหมายของสื่อโฆษณาไว้ว่า สื่อโฆษณาคือ เครื่องมือหรือสิ่งที่จะนำพาเอาข้อความโฆษณา รวมทั้งภาพ ไปยังผู้ที่จะเป็นลูกค้าในอนาคต ดร. เสรี วงษ์มณฑา (2535) ให้ความหมายของสื่อโฆษณาไว้ว่า สื่อโฆษณาคือ พาหนะที่นำเอาข่าวสารทางการตลาดเกี่ยวกับสินค้าและการบริการไปยังกลุ่มเป้าหมาย แจ็ค แซด. ซิสเซอร์ และ ลินคอล์น บัมบา (2532) ให้ความหมายของสื่อโฆษณาไว้ว่า สื่อโฆษณาเป็นพาหนะและผู้ส่งสาร ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ หรือโทรทัศน์ ซึ่งจะส่งข่าวสาร ไปยังผู้รับชม ผู้รับฟังและผู้อ่าน

ดังนั้นสื่อโฆษณา จึงเปรียบเสมือนพาหนะที่จะนำข้อความเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ไปสู่กลุ่มเป้าหมายจึงนับได้ว่าสื่อโฆษณาคือปัจจัยที่สำคัญของการโฆษณา แต่หากขาดสื่อที่จะนำข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายแล้วนั้น กลุ่มเป้าหมายก็จะได้รับข่าวสารที่ส่งมา

สื่อที่นิยมใช้กันในปัจจุบัน คือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร สื่อเหล่านี้ถูกเลือกใช้เพื่อสื่อหลักในการโฆษณา เพราะเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงคนเป็นจำนวนมากได้

สื่ออื่น ๆ เช่น ป้ายโฆษณา แผ่นพับ มักใช้เพื่อสนับสนุน โดยมุ่งหวังการเตือนความทรงจำของผู้บริโภค สื่อโฆษณาแต่ละประเภทล้วนมีคุณสมบัติ ข้อจำกัดและการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันออกไป ไม่มีสื่อใดที่มีคุณสมบัติมากพอจะครอบคลุมจุดมุ่งหมายของการโฆษณาได้ทุกอย่าง

สื่อโฆษณามีอยู่หลายหลายประเภทที่สามารถนำมาใช้ได้ แต่การที่สินค้าและบริการจะเลือกใช้สื่อทุกสื่อเป็นไปได้อย่างยากมาก เนื่องจากงบประมาณที่มีจำกัด ดังนั้นการเลือกใช้สื่อจึงต้องดูความเหมาะสมของสื่อต่าง ๆ อย่างรอบครอบก่อนที่จะตัดสินใจ โฆษณาที่นิยมใช้กันมากที่สุดมี 4 ประเภท ดังนี้

1. สื่อโฆษณาประเภทแพร่ภาพและกระจายเสียง
2. สื่อโฆษณาประเภทสื่อสิ่งพิมพ์
3. สื่อโฆษณานอกสถานที่
4. สื่อโฆษณาออนไลน์

สื่อแต่ละสื่อล้วนมีคุณสมบัติเฉพาะตัวที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นก่อนการวางแผนสื่อโฆษณาจึงจำเป็นที่จะต้องทำความเข้าใจถึงความแตกต่างในคุณสมบัติของสื่อโฆษณา ดังต่อไปนี้

1. การเข้าถึงผู้บริโภค
2. การครอบคลุมพื้นที่
3. ความยืดหยุ่น
4. ค่าใช้จ่าย
5. สภาพของสื่อ
6. คุณภาพของงานโฆษณา

ทั้งนี้ ตัวชี้วัดและการประเมินผลของสื่อโฆษณา จึงกล่าวถึงความสำคัญของการติดตามและประเมินผลการโฆษณาสินค้าและบริการเพื่อเป็นการตรวจสอบว่าการโฆษณาอย่างค่อนเนื่องนั้นได้ผลลัพธ์ที่ดีต่อองค์กรมากน้อยแค่ไหน (วิไลลักษณ์ ช่อนกลิ่นและ ศิริชัย สุวรรณประภา, 2551)

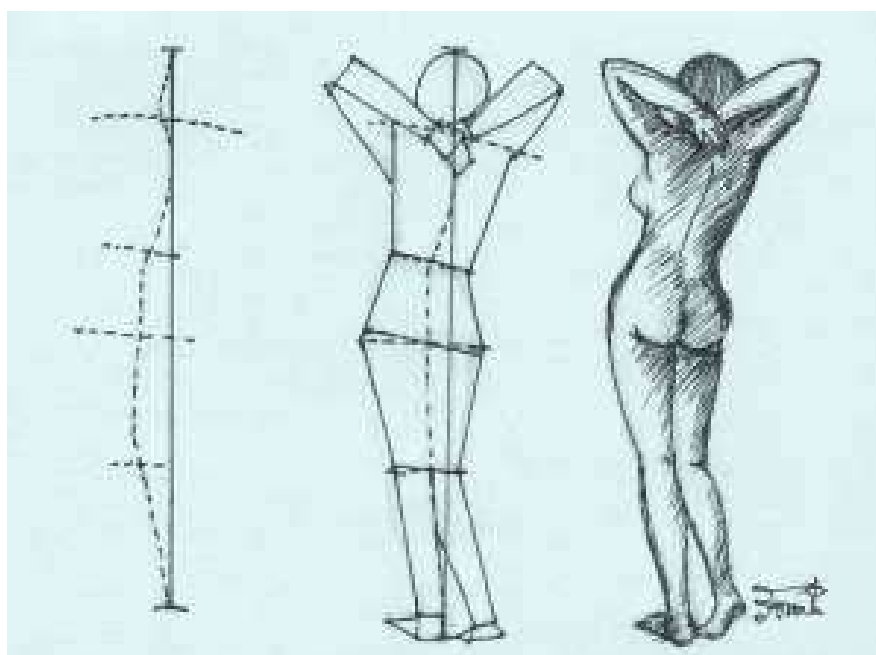
2.2 หลักองค์ประกอบศิลป์

องค์ประกอบศิลป์ เป็นหลักสำคัญสำหรับผู้สร้างสรรค์และผู้ศึกษางานศิลปะ เนื่องจากผลงานศิลปะใด ๆ ก็ตามล้วนมีคุณค่าอยู่ 2 ประการ คือ คุณค่าทางด้านรูปทรงและคุณค่าทางด้านเรื่องราว คุณค่าทางด้านรูปทรงเกิดจากการนำเอาองค์ประกอบต่าง ๆ ของศิลปะอันได้แก่ เส้น สี แสงและเงา รูปร่าง รูปทรง พื้นผิวมาจัดเข้าด้วยกันเพื่อให้เกิดความงามซึ่งแนวทางในการนำองค์ประกอบต่าง ๆ มาจัดรวมกันนั้นเรียกว่า การจัดองค์ประกอบศิลป์ (Art Composition) โดยมีหลักการจัด ตามที่จะกล่าวต่อไป อีกคุณค่าหนึ่งของงานศิลป์ คือ คุณค่าทางด้านเนื้อหาเป็นเรื่องราวหรือสาระของผลงานที่ศิลปินผู้สร้างสรรค์ต้องการที่จะแสดงออกมาให้ผู้ชมได้สัมผัสรับรู้โดยอาศัยรูปลักษณะที่เกิดจากการจัดองค์ประกอบศิลป์นั่นเองหรืออาจกล่าวได้ว่าศิลปินนำเสนอเนื้อหาเรื่องราวผ่าน รูปลักษณะที่เกิดจากการจัดองค์ประกอบทางศิลป์ จึงมีความสำคัญในการสร้างสรรคงานศิลป์เป็นอย่างยิ่งเพราะจะทำให้งานศิลปะทรงคุณค่าทางความงามอย่างสมบูรณ์ (กุลนิตา เหลือบจำริญ, 2550)

2.2.1 การจัดองค์ประกอบของศิลปะ

เป็นหลักสำคัญสำหรับผู้สร้างสรรค์ และผู้ที่ศึกษางานศิลปะ งานศิลปะมีคุณค่าอยู่ 2 ประการ คือคุณค่าทางด้านรูปทรงและคุณค่าทางด้านเรื่องราวการจัดองค์ประกอบของศิลปะ มีหลักที่ควรคำนึงอยู่ 5 ประการคือ

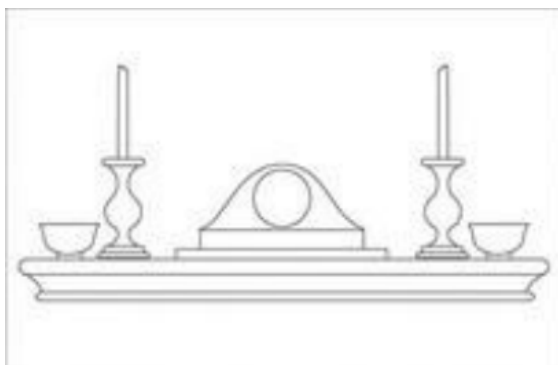
1. สัดส่วน (Proportion) หมายถึง ความสัมพันธ์กันอย่างเหมาะสมระหว่างขนาดขององค์ประกอบที่แตกต่างกัน ทั้งขนาดที่อยู่ในรูปทรงเดียวกันหรือระหว่างรูปทรง สัดส่วนที่เป็นมาตรฐาน จากรูปลักษณะตามธรรมชาติ คน สัตว์ สัตว์ส่วนตามธรรมชาติ จะมีความงามเหมาะสมที่สุด



รูปที่ 2.1 สัดส่วน

2. คุณภาพ (Balance) ความสมดุลหรือดุลยภาพ หมายถึง ความเท่ากันเสมอกันมีน้ำหนัก หรือความกลมกลืนพอเหมาะพอดีโดยมีแกนสมมติทำหน้าที่แบ่งภาพให้ซ้ายขวา บน ล่าง ให้เท่ากันการเท่ากันอาจไม่เท่ากันจริง ๆ ก็ได้ แต่จะเท่ากันในความรู้สึกตามที่ตามองเห็นความสมดุล แบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

2.1 ความสมดุล 2 ข้างเท่ากัน (Symmetrical Balance) หมายถึง การจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ ของศิลปะให้ทั้ง 2 ข้างแกนสมมติมีขนาด สัดส่วน และน้ำหนักเท่ากัน หรือ มีรูปแบบเหมือนกันคล้ายกัน



รูปที่ 2.2 ความสมดุล 2 ข้างเท่ากัน

2.2 ความสมดุล 2 ข้างไม่เท่ากัน (Asymmetrical Balance) หมายถึง การจัดองค์ประกอบของศิลปะ ทั้ง 2 ข้างแกนสมมติมีขนาดสัดส่วนน้ำหนักไม่เท่ากัน ไม่เหมือนกัน ไม่เสมอกัน แต่สมดุลกันในความรู้สึกความสมดุล 2 ข้างไม่เท่ากัน คือภาพมีความสมดุลของเนื้อหา และเรื่องราวแต่ไม่เท่ากันในเรื่องขนาด น้ำหนัก



รูปที่ 2.3 ความสมดุล 2 ข้างไม่เท่ากัน

3. จังหวะลีลา (Rhythm) หมายถึง การเคลื่อนไหวที่เกิดจากการซ้ำกันขององค์ประกอบ เป็นการซ้ำที่เป็นระเบียบ หรือการสลับกันของหน่วยกับช่องไฟหรือเกิดจากการไหลต่อเนื่องกันของเส้น สี รูปทรง น้ำหนัก



รูปที่ 2.4 จังหวะลีลา

4. จุดเด่น (Dominance) หมายถึง ส่วนสำคัญที่ปรากฏชัด สะดุดตาที่สุดในงาน ศิลปะจุดเด่นจะช่วยสร้างความน่าสนใจในผลงานให้ภาพเขียนมีความสวยงาม มีชีวิตชีวา ยิ่งขึ้น จุดเด่นเกิดจากการจัดวางที่เหมาะสม และรู้จักการเน้นภาพ (Emphasis) ที่ดีจุดเด่นมี 2 แบบ

4.1 จุดเด่นหลัก เป็นภาพที่มีความสำคัญมากที่สุดในเรื่องที่จะเขียน แสดงออกถึงเรื่องราวที่ชัดเจนเด่นชัดที่สุดในภาพ



รูปที่ 2.5 ภาพที่มีจุดเด่นหลัก

4.2 จุดเด่นรอง เป็นภาพประกอบของจุดเด่นหลัก ทำหน้าที่สนับสนุนจุดเด่นหลัก ให้ภาพมีความสวยงามยิ่งขึ้น เช่น ในภาพจุดเด่นรองได้แก่ รูปเรือ



รูปที่ 2.6 ภาพที่มีจุดเด่นรอง

5. เอกภาพ (Unity) หมายถึง ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันความสอดคล้องกลมกลืนเป็นหน่วยเดียวกันด้วยการจัดองค์ประกอบให้มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันเป็นกลุ่มก้อนไม่กระจัดกระจายโดยการจัดระเบียบของรูปทรง จังหวะ เนื้อหาให้เกิดดุลยภาพจะได้ที่อารมณ์ ความรู้สึก ความหมายได้ง่ายและรวดเร็ว



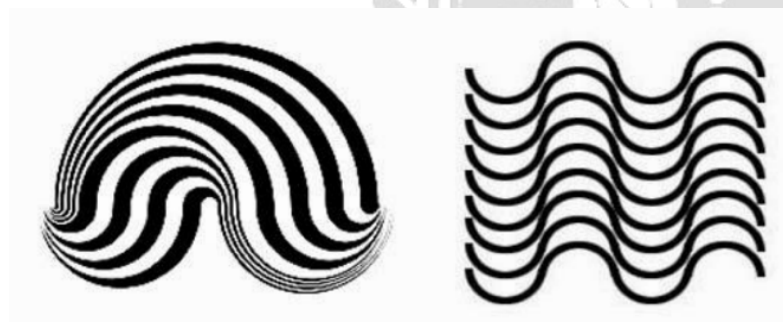
รูปที่ 2.7 ภาพที่มีเอกภาพจากความสัมพันธ์ของของเส้น รูปทรง พื้นผิวและวัสดุ

6. ความขัดแย้ง (Contrast) ขัดแย้งด้วยรูปทรงขัดแย้งด้วยขนาด ขัดแย้งด้วย เส้น
ขัดแย้งด้วยผิว ขัดแย้งด้วยสี ความขัดแย้งที่กล่าวมาถูกจัดวางเพื่อให้เกิดความงามทางศิลปะ



รูปที่ 2.8 ภาพที่มีความขัดแย้งกันด้านผิว

7. ความกลมกลืน (Harmony) หมายถึง การรวมกันของ หน่วย ย่อยต่าง ๆ ซึ่งได้แก่
ส่วนประกอบมูลฐาน ของศิลปะ คือ ได้แก่ จุด เส้น รูปร่าง รูปทรง สี พื้นผิว น้ำหนัก ใด
อย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง และการจัดวางองค์ประกอบ เช่น จังหวะ ช่องว่าง

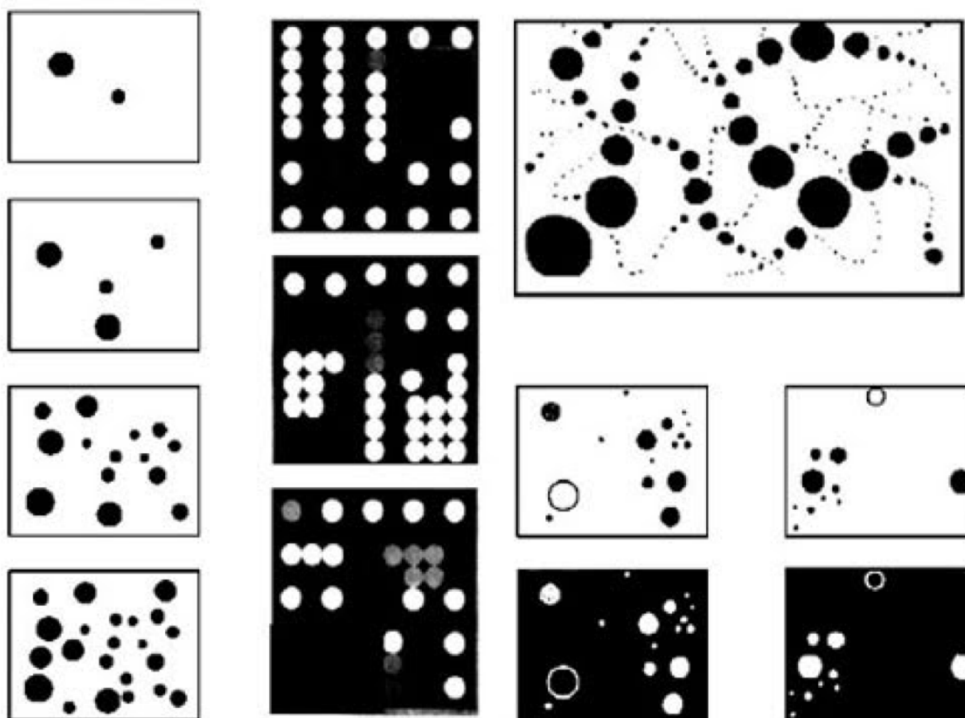


รูปที่ 2.9 ความกลมกลืนด้วยเส้น

2.2.2 ทักษะที่สำคัญขององค์ประกอบของศิลป์

ทัศนธาตุ หมายถึง ธาตุแห่งการมองเห็นส่วนประกอบต่าง ๆ ที่สำคัญของงานศิลปะหรือทัศนศิลป์ ซึ่งเราสามารถนำส่วนประกอบของแต่ละอย่างมาสร้างสรรค์ในงานได้หลายหลายรูปแบบ ซึ่งจะมีส่วนประกอบดังนี้

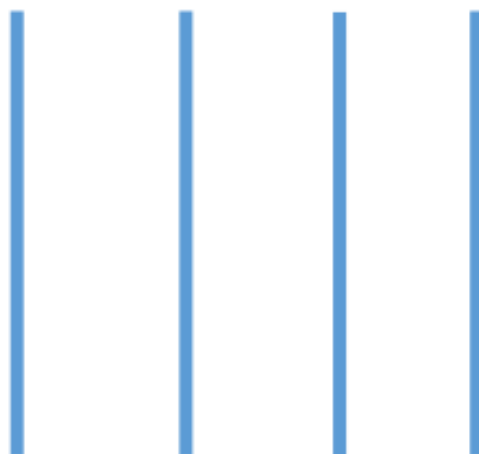
1. จุด (Point, Dot) ส่วนประกอบที่เล็กที่สุด เป็นส่วนเริ่มต้นไปสู่ส่วนอื่น ๆ เช่น การนำจุดมาเรียงต่อกันตามตำแหน่งที่เหมาะสม และซ้ำ ๆ กัน จะทำให้เรามองเห็นเป็น เส้น รูปร่าง รูปทรง ลักษณะผิว เราสามารถพบเห็นลักษณะการจัดวางจุดจากสิ่งเป็นธรรมชาติ ที่อยู่รอบ ๆ ตัวเราได้ เช่น ข้าวโพด รวงข้าว เมล็ดถั่ว ก้อนหิน เปลือกหอย ใบไม้ ลายของสัตว์นานาชนิด ได้แก่ เสือ ไก่ นก สุนัข งู และแมว เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ธรรมชาติได้ออกแบบไว้อย่างสวยงาม มีระเบียบ มีการซ้ำกันอย่าง มี จังหวะ และมีอิทธิพลต่อความคิดของมนุษย์เราเป็นอย่างมาก เช่น การออกแบบลูกคิด ลูกบิดประตู การร้อยลูกปัด สร้อยคอ และเครื่องประดับต่าง ๆ สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เกิดมาจากจุดทั้งสิ้น



รูปที่ 2.10 จุด

2. เส้น (Line) เกิดจากจุดที่เรียงต่อกันหรือเกิดจากการลากเส้นไปยังทิศทางต่าง ๆ มีหลายลักษณะ เช่น ตั้ง นอน เอียง โค้ง เส้น เกิดจากการเคลื่อนที่ของจุด หรือถ้านำจุดมาวางเรียงต่อ ๆ กัน ก็จะเกิดเป็น เส้นขึ้น เส้นมีมิติเดียว คือ ความยาวไม่มีความกว้างทำหน้าที่เป็นขอบเขตของที่ว่าง รูปร่าง รูปทรง สี น้ำหนัก รวมทั้งเป็นแกนหลัก โครงสร้างของรูปร่างรูปทรงต่าง ๆ เส้นเป็นพื้นฐานที่สำคัญของงานศิลปะทุกชนิดเส้นสามารถให้ความหมาย แสดงความรู้สึก และอารมณ์ด้วยการสร้างเป็นรูปทรงต่าง ๆ ขึ้น เส้นมี 2 ลักษณะคือ เส้นตรง (Straight Line) และ เส้นโค้ง (Curve Line) เส้นทั้งสองชนิดนี้เมื่อนำมาจัดวางในลักษณะต่าง ๆ กันและให้ความหมาย ความรู้สึก ที่แตกต่างกันออกไปด้วย ลักษณะของเส้น เส้นมีจุดเด่นที่นำมาใช้ได้หลากหลายรูปแบบ ทำให้เกิดรูปร่างรูปทรงต่าง ๆ มากมาย เพื่อต้องการสื่อให้เกิดความรู้สึกทางด้านอารมณ์ จากการสร้างสรรค์ของงาน

2.1 เส้นตั้ง หรือ เส้นคิง ให้ความรู้สึกทางความสูง สง่า มั่นคง แข็งแรงหนักแน่นเป็นสัญลักษณ์ของความซื่อตรง



รูปที่ 2.11 ลักษณะของเส้น คิงแบบตั้ง

2.2 เส้นนอน ให้ความรู้สึกทางความกว้าง สงบ ราบเรียบ นิ่ง ผ่อนคลาย



รูปที่ 2.12 ลักษณะของเส้นโค้งแบบนอน

2.3 เส้นเฉียง หรือ เส้นทแยงมุม ให้ความรู้สึก เคลื่อนไหว รวดเร็ว ไม่มั่นคง



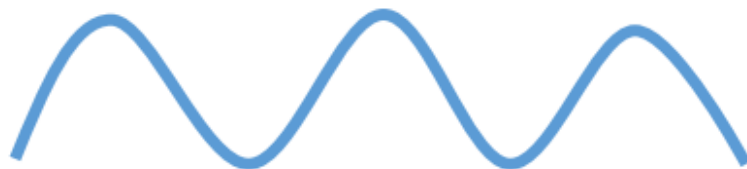
รูปที่ 2.13 ลักษณะของเส้นโค้งแบบเฉียง

2.4 เส้นหยัก หรือ เส้นซิกแซก แบบฟันปลา ให้ความรู้สึก เคลื่อนไหว อย่างเป็น จังหวะมี
ระเบียบ ไม่ราบเรียบ น่ากลัว อันตราย ขัดแย้ง ความรุนแรง



รูปที่ 2.14 ลักษณะของเส้นโค้งแบบหยัก

2.5 เส้นโค้งแบบคลื่น ให้ความรู้สึก เคลื่อนไหวอย่างช้า ๆ ลื่นไหล ต่อเนื่อง สุภาพ อ่อนโยน นุ่มนวล



รูปที่ 2.15 ลักษณะของเส้นโค้งแบบคลื่น

2.6 เส้นโค้งแบบก้นหอย ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว คลี่คลาย หรือเติบโตในทิศทางที่ หมุนวน ถ้ามองเข้าไปจะเห็นพลังความเคลื่อนไหวที่ไม่สิ้นสุด



รูปที่ 2.16 ลักษณะของเส้นโค้งแบบก้นหอย

2.7 เส้นโค้งวงแคบ ให้ความรู้สึกถึงพลังความเคลื่อนไหวที่รุนแรง การเปลี่ยนทิศทางที่รวดเร็ว ไม่หยุดนิ่ง



รูปที่ 2.17 ลักษณะของเส้นโค้งวงแคบ

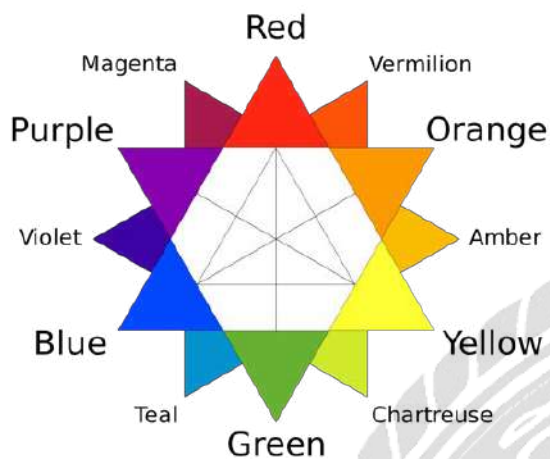
2.8 เส้นประให้ความรู้สึกที่ไม่ต่อเนื่องขาดหาย ไม่ชัดเจนทำให้เกิดความเครียด



รูปที่ 2.18 ลักษณะของเส้นประ

ความสำคัญของเส้นใช้ในการแบ่งที่ว่างออกเป็นส่วน ๆ กำหนดขอบเขตของที่ว่าง หมายถึง ทำให้เกิดเป็นรูปร่าง (Shape) ขึ้นมา กำหนดเส้นรอบนอกของรูปทรง ทำให้มองเห็นรูปทรง (Form) ชัดขึ้น ทำหน้าที่เป็นน้ำหนักร่องแฉก ของแสดงและเงา หมายถึง การแรเงาด้วยเส้น ให้ความรู้สึกด้วยการเป็นแกนหรือโครงสร้างของรูป และ โครงสร้างของภาพ

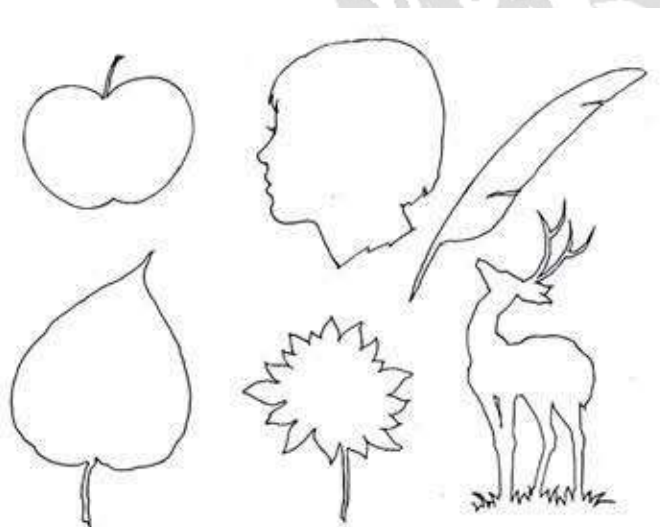
3. สี (Color) คือลักษณะความเข้มของแสงที่ปรากฏแก่สายตาให้เห็นเป็นสี โดยผ่านกระบวนการรับรู้ด้วยตา สีเป็นส่วนประกอบที่สำคัญในการทำงานศิลปะ สีจะช่วยให้เกิดความน่าสนใจ และมีชีวิตชีวาแก่ผู้ที่ได้พบเห็น อีกทั้งยังให้ความรู้สึกต่าง ๆ และ สียังมีอิทธิพลต่อจิตใจของมนุษย์



รูปที่ 2.19 วงจรสี

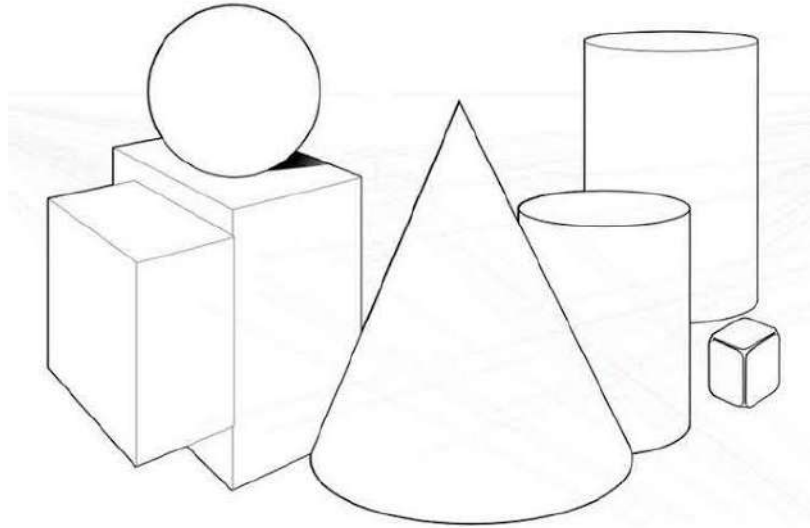
4. รูปร่าง (Shape) หมายถึง เส้นรอบนอกทางกายภาพของวัตถุสิ่งของเครื่องใช้ คน สัตว์ และพืช มีลักษณะเป็น 2 มิติ มีความกว้างและความยาว รูปร่างและรูปทรง แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

4.1 รูปร่างธรรมชาติ (Natural Shape) หมายถึงรูปร่างที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น คน สัตว์ และพืช



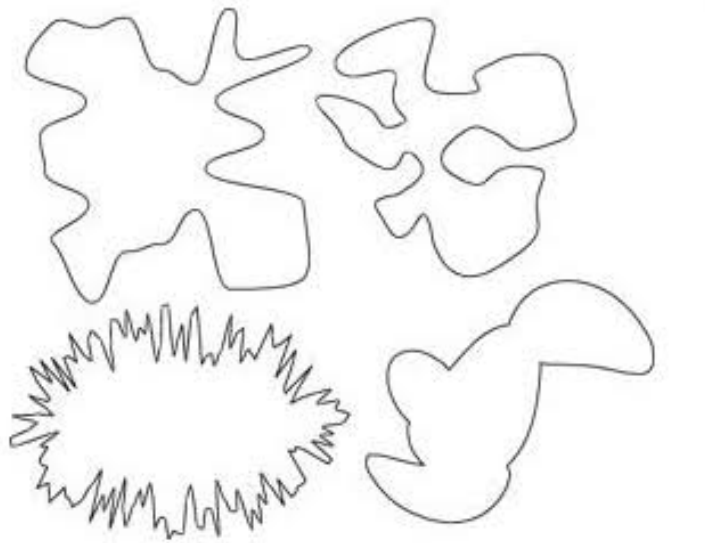
รูปที่ 2.20 รูปร่างธรรมชาติ

4.2 รูปร่างเรขาคณิต (Geometrical Shape) หมายถึง รูปร่างที่มนุษย์สร้างขึ้น มีโครงสร้างแน่นอน เช่น รูปสามเหลี่ยม รูปสี่เหลี่ยม และรูปวงกลม เป็นต้น



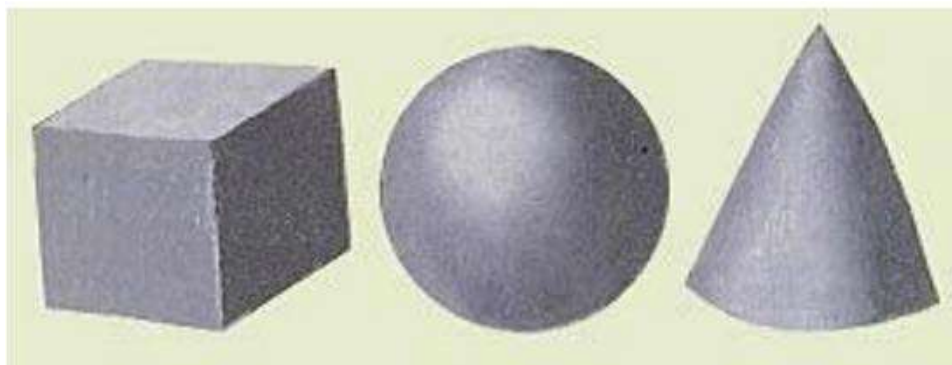
รูปที่ 2.21 รูปทรงเรขาคณิต

4.3 รูปร่างอิสระ (Free Shape) หมายถึง รูปร่างที่เกิดขึ้นตามความต้องการของผู้สร้างสรรค์ ให้ความรู้สึกที่เป็นเสรี ไม่มีโครงสร้างที่แน่นอนของตัวเอง เป็นไปตามอิทธิพลของสิ่งแวดล้อม เช่น รูปร่างของหยดน้ำ เมฆ และควัน



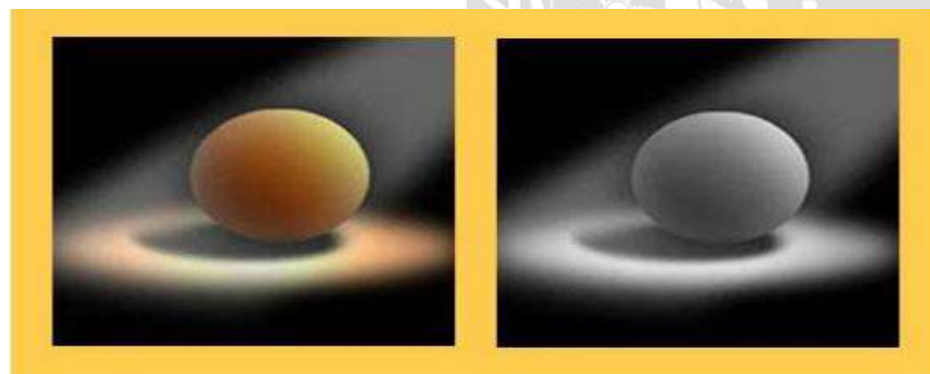
รูปที่ 2.22 รูปร่างอิสระ

5. รูปทรง (Form) หมายถึง โครงสร้างทั้งหมดของวัตถุที่ปรากฏแก่สายตาใน ลักษณะ 3 มิติ คือมีทั้งส่วนกว้าง ส่วนยาว ส่วนหนาหรือลึก คือ จะให้ความรู้สึกเป็นแท่ง มีเนื้อที่ ภายใน มีปริมาตร และมีน้ำหนัก



รูปที่ 2.23 รูปทรง

6. ค่าน้ำหนัก คือ ค่าความอ่อนแก่ของบริเวณที่ถูกแสงสว่าง และบริเวณที่เป็นเงาของวัตถุ น้ำหนักอ่อน-แก่ (Value) หมายถึง จำนวนความเข้ม ความอ่อนของสีต่าง ๆ และแสงเงา ตามที่ประสาทตารับรู้ เมื่อเทียบกับน้ำหนักของสีขาว-ดำ ความอ่อนแก่ของแสงเงาทำให้เกิดมิติ เกิดระยะใกล้ไกลและสัมพันธ์กับเรื่องสีโดยตรง



รูปที่ 2.24 น้ำหนักอ่อน-แก่

ความสำคัญของค่าน้ำหนักให้ความแตกต่างระหว่างรูปและพื้น หรือรูปทรงกับที่ว่าง ให้ความรู้สึกเป็น 2 มิติแก่รูปร่างและความเป็น 3 มิติแก่รูปทรง ทำให้เกิดระยะความตื้น-ลึก และ ระยะใกล้-ไกลของภาพ และทำให้เกิดความกลมกลืนประสานกันของภาพ

7. พื้นผิว (Texture) หมายถึง ลักษณะผิว หมายถึง ลักษณะภายนอกของวัตถุที่มองเห็นและสัมผัสพื้นผิวได้แสดงความรู้สึกหยาบ ละเอียด ขรุขระ มัน ด้านเป็นเส้น เป็นจุดจับดูแล้วสะดุดมือ หรือสัมผัสได้จากความรู้สึกผิวเป็นทัศนธาตุที่นำมาประกอบในการสร้างงานศิลปะ ลักษณะผิวที่แตกต่างกันจะทำให้เกิดความรู้สึกแตกต่างกัน



บทที่ 3

รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

ชื่อสถานประกอบการ บริษัท เอ็น แอนด์ พี ครีเอชัน จำกัด

ที่ตั้งสถานประกอบการ 437/575 หมู่บ้านแก้ววิลล่า (ฝั่งซ้าย)

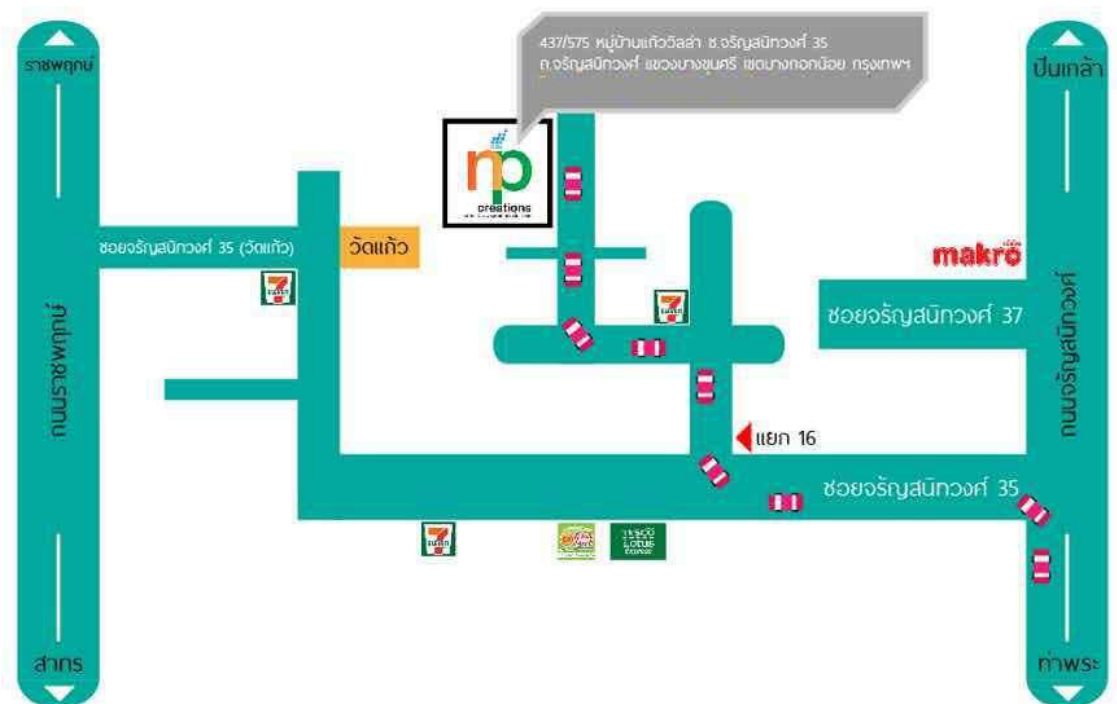
ซอย ราษฎร์นิกวงศ์ 35 แยก 16 แขวงบางขุนศรี

เขตบางกอกน้อย จังหวัด กรุงเทพมหานคร 10700

เบอร์โทรศัพท์ 0824459164

เว็บไซต์ <http://npcreations.co.th/>

แผนที่



รูปที่ 3.1 แผนที่ตั้งบริษัท

3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร

บริษัท เอ็น แอนด์ พี ศรีเอชเอ็น จำกัด ประกอบกิจการ รับออกแบบ ผลิตสื่อรายการวิทยุ โทรทัศน์ วีดีโอ วัสดุทัศน สื่อโฆษณา และผลิตงานคอมพิวเตอร์กราฟฟิกทุกประเภท



รูปที่ 3.2 ตราสัญลักษณ์ของบริษัทเอ็น แอนด์ พี ศรีเอชเอ็น จำกัด

3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารขององค์กรบริษัท เอ็นแอนด์พี ศรีเอชเอ็น จำกัด



รูปที่ 3.3 แผนผังโครงสร้างองค์กร

3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

นางสาว ชุติกาญจน์ กุศลสะพรั่ง

ฝ่ายออกแบบ กราฟฟิกดีไซน์

ตำแหน่ง นักศึกษาฝึกงาน

ลักษณะงานที่ได้รับ การผลิตสื่อโฆษณาแบบออนไลน์

3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา

3.5.1 ชื่อ-สกุลพนักงานที่ปรึกษา คุณศิริวรรณ ถนนกลาง

3.5.2 ตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา ผู้อำนวยการผลิต

3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

3.6.1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน วันที่ 14 พฤษภาคม 2562 – 30 สิงหาคม 2562

3.6.2 ปฏิบัติงาน วันจันทร์ – วันศุกร์ เวลา 10.00 น. – 17.00 น.

3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการเพื่อนำเสนอผลงานและพัฒนาการของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาโดยแบ่งตามประเภทดังนี้

3.7.1 ได้รับมอบหมายงานจากพนักงานที่ปรึกษาให้ทำการออกแบบสื่อโฆษณาเพื่อประชาสัมพันธ์ เฟสบุ๊ค แฟนเพจ โดยคำนึงถึงเรื่องการใช้สี การวางตัวอักษร และลักษณะชิ้นของงาน

3.7.2 ค้นหารูปแบบเพื่อเป็นแนวทางในการทำงาน หลังจากที่ได้รับมอบหมายแล้ว ได้มีการหาข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการผลิตผลงานและการเขียนบทความ

3.7.3 ค้นหาสิ่งที่น่าสนใจในปัจจุบัน โดยคำนึงถึงสิ่งที่ได้รับมอบหมายและผู้พบเห็นสามารถเข้าใจได้ทันที

3.7.4 ลงมือเขียนและเรียบเรียงบทความต่าง ๆ ก่อนส่งให้พนักงานที่ปรึกษาตรวจสอบตัวอักษรและความสวยงามของบทความ เพื่อที่จะนำไปเขียนลงในผลงาน

3.7.5 เริ่มผลิตผลงาน โดยคำนึงรูปแบบการเผยแพร่ เช่น โทนสี ตัวละคร บทความ

3.7.6 นำเสนอพนักงานที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความเรียบร้อย

3.7.7 นำมาปรับปรุงแก้ไข หลังจากมีการส่งผลงานไปตรวจสอบความเรียบร้อย จึงมีการแก้ไขตามคำแนะนำของพนักงานที่ปรึกษา

3.7.8 นำผลงานส่งตรวจสอบอีกครั้ง เพื่อความถูกต้องและเสร็จสมบูรณ์ จึงจะเผยแพร่สื่อ
โฆษณาบน เฟซบุ๊ก แฟนเพจ

3.8 ระยะเวลาในการดำเนินงานของโครงการ

ตารางที่ 3.1 แสดงระยะเวลาในการดำเนินงานของโครงการ

ขั้นตอนการดำเนินงาน	พ.ค.62	มิ.ย.62	ก.ค.62	ส.ค.62	ก.ย.62	ต.ค.62
1.รับมอบหมายงานออกแบบสื่อโฆษณา	↔					
2.ค้นหาแนวทาง		↔				
3.ค้นหาสิ่งที่น่าสนใจในปัจจุบัน		↔	↔	↔		
4.เขียนบทความ		↔	↔	↔		
5.ผลิตผลงาน		↔	↔	↔		
6.นำเสนอ		↔	↔	↔		
7.ปรับปรุงแก้ไข		↔	↔	↔		
8.เผยแพร่			↔	↔		
9.จัดทำรูปเล่ม				↔	↔	↔

3.9 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

3.9.1 ฮาร์ดแวร์

1. Mac Pro 2013
2. Inter Core i5 แบบ Dual – core ความเร็ว 2.7 GHz แคช L3 ขนาด 3MB
3. SDRAM แบบ LPDDR3 ความเร็ว 1866 GHz ขนาด 8GB
4. พื้นที่จัดเก็บแบบแฟลช 128GB
5. จอแสดงผล Retina : จอแสดงผล LED – backlit ขนาด 13.3 นิ้ว IPS ความละเอียด 2560 x 1600
6. Inter Iris 6100

3.9.1 ซอฟต์แวร์

1. macOS
2. โปรแกรม Adobe illustrator cc 2019
3. โปรแกรม Adobe illustrator cc 2019
4. โปรแกรม Adobe Premiere Pro cc 2019
5. โปรแกรม Adobe Audition cc 2019

บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ

4.1 ขั้นตอนการจัดทำโครงการ

จากการศึกษาขั้นตอนการทำงานของบริษัท เอ็น แอนด์ พี ครีเอชัน จำกัด ผู้จัดทำได้เรียนรู้ระบบการทำงาน โดยเริ่มจาก ความต้องการของทางบริษัทได้ต้องการคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ลงในเฟสบุ๊ก แฟนเพจ Monster Ads รับออกแบบและผลิตโฆษณาในราคาประหยัด จากนั้นจึงรับขอบเขตงานจากพนักงานที่ปรึกษา ลงมือหาข้อมูลตัวอย่างงานในรูปแบบต่าง ๆ แล้วนำมาเขียนคอนเทนต์ เมื่อได้ทุกอย่างครบแล้ว เริ่มต้นการออกแบบผลงาน และนำผลงานที่ได้ ส่งให้พนักงานที่ปรึกษาดูผ่าน กูเกิ้ลสไลด์ หากมีข้อเสนอแนะทางผู้จัดทำจะนำมาปรับปรุงแก้ไขและส่งตรวจสอบอีกครั้งเพื่อเผยแพร่ลงในเฟสบุ๊ก แฟนเพจ

4.2 ขั้นตอนการวางแผนการดำเนินงาน

4.2.1 ขั้นตอนในการรับงานของงาน อย่างแรกคือการใช้โทนสีและตัวละครหลักของบริษัท โดยบริษัทต้องการที่จะลงคอนเทนต์วันละหนึ่งชิ้นงาน



รูปที่ 4.1 งานออกแบบของบริษัทที่ใช้เป็นสีและตัวละครหลักของเฟสบุ๊ก แฟนเพจ

Monster Ads รับออกแบบและผลิตโฆษณาในราคาประหยัด



รูปที่ 4.2 โทนสีหลักที่จะใช้ในงานออกแบบงานที่จะประชาสัมพันธ์ลงเฟสบุ๊ก เฟนเพจ Monster Ads
รับออกแบบและผลิตโฆษณาในราคาประหยัด
สีน้ำเงินอ่อน (#115666) สีกรม (#25304C) สีน้ำเงินเข้ม (#232438)

4.2.2 การวางแผนในการทำงาน การวางแผนนั้นจะเป็นตัวกำหนดว่างานจะออกมาในรูปแบบลักษณะ
ไหน และการใช้สี ตัวอักษรควรจะเป็นอย่างไร จะต้องมีความชัดเจนเห็นแล้วสามารถอ่านและเข้าใจได้ทันที
และเพื่อให้ชิ้นงานที่ออกแบบเป็นไปตามความต้องการของบริษัท

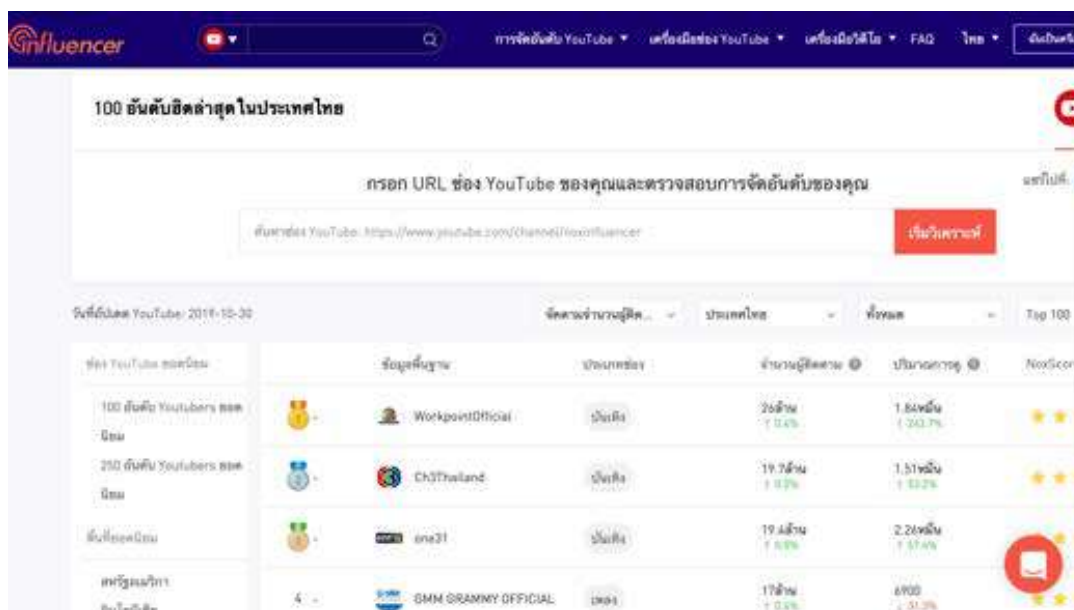
4.2.3 การออกแบบจะต้องเริ่มคิดตามโจทย์และร่างภาพออกมาว่าเราต้องการจัดองค์ประกอบอย่างไร
รวมถึงการเรียบเรียงบทความให้มีความน่าสนใจ โดยองค์ประกอบและข้อความที่อยู่ในบทความจะมาจาก
การหาข้อมูลความนิยมในปัจจุบันมาตอนนี้มีอะไรที่คนกำลังให้ความสนใจ

4.2.4 การลงมือปฏิบัติชิ้นงาน เมื่อทำความเข้าใจในงานที่ได้รับมอบหมายแล้วจำเป็นต้องศึกษาลึ่งที่
กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจในปัจจุบันว่ามีอะไรบ้าง จากนั้นนำมาเรียบเรียงเป็นข้อความที่สั้นและเข้าใจง่าย
เพื่อให้คนที่มาพบเห็นสามารถเข้าใจในตัวงานได้ง่ายขึ้น และยังคงคำนึงถึงความเหมาะสมของ ตัวอักษร
และสีที่ใช้

4.3 ขั้นตอนการออกแบบ

4.3.1 การออกแบบป้ายโฆษณา 10 อันดับ ยูทูปเบอร์ ของไทย

เริ่มต้นด้วยการหาข้อมูลในเว็บไซต์ NoxInfluencer เนื่องจากเป็นเว็บไซต์ที่สามารถหาข้อมูลและอันดับจำนวนผู้ติดตามของช่องยูทูปต่าง ๆ จากทางเว็บไซต์นี้ได้ จากนั้นให้เลือกเฉพาะกลุ่มที่เป็นบุคคลทำช่องใน ยูทูป ว่าใครบ้างที่ติดอันดับในไทยเป็นอันดับแรก ผู้จัดทำจะเจาะเฉพาะกลุ่มคนที่เป็นคนดังทั้งใน ยูทูป แล้วนำมาเรียบเรียง



ชื่อ YouTube ช่อง	ชื่อช่องยูทูป	จำนวนผู้ติดตาม	จำนวนวิดีโอ	ปริมาณการดู	NoxScore
100 อันดับ YouTubeers 2016-10-30	WorkpointOfficial	26 ล้าน	1,045	1.8 พันล้าน	1,263.7%
250 อันดับ YouTubeers 2016-10-30	CH3Thailand	19.7 ล้าน	1,025	1.51 พันล้าน	1,032.5%
อันดับ 50 อันดับ	one31	19.4 ล้าน	1,025	2.26 พันล้าน	1,574.4%
เกาหลีแคว้นการ	GMM GRAMMY OFFICIAL	17 ล้าน	1,025	890	51.2%

รูปที่ 4.3 เว็บไซต์ NoxInfluencer

เมื่อได้ข้อมูลที่ต้องการแล้วจากนั้นให้ดูความเหมาะสมของรูปภาพที่ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ ให้ใช้ จากนั้นจึงเริ่ม ทำการออกแบบป้ายโฆษณาในการจัด ยูทูปเบอร์ ของไทย โดยการจัดทำให้เลื่อนไปอ่านแต่ละหน้าเพื่อที่จะได้กดติดตามและเลือกช่องทางที่ลงลึกไว้ไว้เพื่อความสะดวกในการติดตาม ต่อมาเมื่อออกแบบเสร็จจะนำไปอัปโหลด ผ่านทางเว็บไซต์ที่ทางบริษัทกำหนด เพื่อให้พนักงานที่ปรึกษาตรวจสอบความเรียบร้อยของงานและนำมาปรับปรุงแก้ไข



รูปที่ 4.4 ป้ายโฆษณา 10 อันดับ ยูทูปเบอร์ ครั้งที่ 1

เมื่อได้รับคำแนะนำให้มีการจัดวางรูปแบบใหม่ให้อยู่ภายในหน้าเดียวกันเพื่อสะดวกต่อผู้ที่มาพบเห็นแล้วนั้น ผู้จัดทำจึงนำเอาคำแนะนำมาปรับปรุง โดยการเปลี่ยนแปลงรูปแบบหัวข้อใหม่และใช้กราฟแท่งเป็นตัวนำเสนอคนดังทางช่องทางยูทูป เพื่อที่จะสะดวกต่อการดูผู้จัดทำจึงใส่กรอบวงกลมใน 3 อันดับแรกที่จะสามารถบ่งบอกไว้ว่าใครได้ ที่ 1 และรองลงไปเป็นใคร ทำแบบเดียวกันเรื่อย ๆ จนถึงอันดับที่ 10 นำตัวละครแมว 3 ตัวที่บริษัทให้มาปรับสีจางลงเพื่อใช้เป็นพื้นหลัง ส่งให้พนักงานที่ปรึกษาตรวจสอบอีกครั้งและนำไปเผยแพร่



รูปที่ 4.5 ป้ายโฆษณา 10 อันดับ ยูทูปเบอร์ ครั้งที่ 2

4.3.2 การออกแบบป้ายโฆษณา 12 Social Media ที่คนนิยมเล่นมากที่สุด

เริ่มต้นด้วยการหาข้อมูลในเว็บไซต์ Hootsuite และ We are Social เนื่องจากเป็นเว็บไซต์ ที่จะนำเอาข้อมูลการใช้งานอินเทอร์เน็ตของทุกประเทศมาสรุปในทุก ๆ 3 เดือน ทางผู้จัดทำได้เข้าไปหาข้อมูลเฉพาะของประเทศไทยเพื่อนำสื่อนั้นมาแปลและจัดทำการนำเสนอในรูปแบบของป้าย



รูปที่ 4.6 เว็บไซต์ Hootsuite และเว็บไซต์ We are social ใช้ในการหาข้อมูลการสรุปคนใช้อินเทอร์เน็ต

เมื่อได้ข้อมูลที่เราต้องการแล้ว จากนั้นเริ่ม ทำการออกแบบป้ายโฆษณา 12 Social Media ครั้งแรกที่ทางผู้จัดทำเริ่มวางแผนคือการอยากใช้แท่งกราฟในกานำเสนอจำนวนผู้ใช้ โซเชียลมีเดียซึ่งจำทำรูปแบบเดียวกับการจัดอันดับของยูทูปเบอร์ ต่อมาเมื่อออกแบบเสร็จ จะนำไปอัปโหลดเพื่อให้พนักงานที่ปรึกษาตรวจสอบความเรียบร้อยของงานและนำมาปรับปรุงแก้ไข



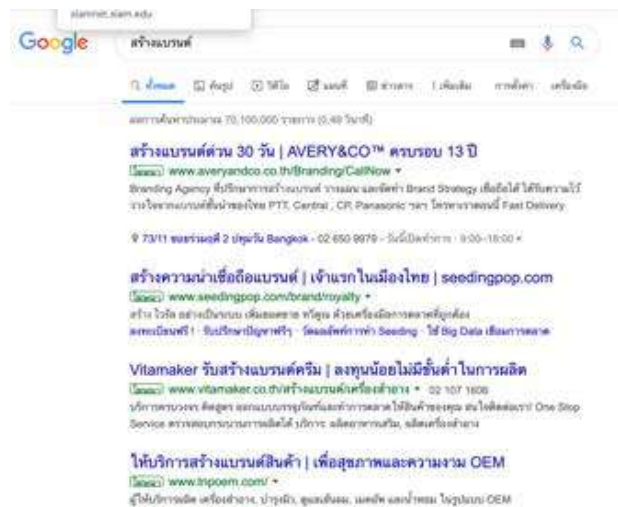
รูปที่ 4.7 ป้ายโฆษณา 12 Social Media ครั้งที่ 1

เมื่อได้รับคำแนะนำ ว่าไม่ควรจัดทำเป็นกราฟ เพราะคนที่มาพบเห็นอาจจะไม่เข้าใจในสิ่งที่เราต้องการจะสื่อสาร ทางผู้จัดทำจึงนำสัญลักษณ์คนมาใช้แทนกราฟในการนำเสนอข้อมูลและใส่จำนวนคนที่ใช้งานโซเชียลมีเดียไว้ทางด้านหลัง จากนั้นนำตัวละครของทางบริษัทมาทำพื้นหลังปรับให้จางลงพร้อมกับเพิ่มรูปโลกลงในงานและใส่สัญลักษณ์รูปคนให้สอดคล้องตามข้อมูลที่ใช้ เช่น ยูทูบใช้สีแดง เมื่อเสร็จสิ้นอัปโหลดให้พนักงานที่ปรึกษาตรวจสอบอีกครั้งก่อน เผยแพร่



รูปที่ 4.8 ป้ายโฆษณา 12 Social Media ครั้งที่ 2

4.3.3 การออกแบบป้ายโฆษณา 5 เคล็ดลับ สร้างแบรนด์ยังงใจให้ปัง เริ่มต้นด้วยการหาข้อมูลในเว็บไซต์ต่าง ๆ เพื่อหาข้อมูลนำมาเป็นคอนเทนต์



รูปที่ 4.9 การค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์ กูเกิ้ล

เมื่อเราได้ข้อมูลแล้วจากนั้นให้ดูความเหมาะสมของการจัดวางจากนั้นจึงเริ่ม ทำการออกแบบป้ายโฆษณา 5 เคล็ดลับ สร้างแบรนด์ยังงใจให้ปัง ผู้จัดทำได้นำตัวละครแมว 3 ตัวมาใช้เป็นพื้นหลังในการนำเสนอชิ้นงาน ใช้ฟอนต์ DB-Heavent ในการออกแบบผลงานชิ้นนี้ และสร้างกรอบเพื่อใช้เป็นหัวข้อ เมื่อออกแบบเสร็จสิ้น จากนั้นจะนำไปอัปโหลดเพื่อให้พนักงานที่ปรึกษาตรวจสอบความเรียบร้อยของงาน เมื่อได้รับคำแนะนำ ก็นำมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้ดีขึ้น



รูปที่ 4.10 5 เคล็ดลับสร้างแบรนด์ยังงใจให้ปัง ครั้งที่ 1

เมื่อได้รับคำแนะนำว่าให้ปรับเปลี่ยนสีหัวข้อ ไม่ให้กลืน ไปกับสีพื้นหลัง ผู้จัดทำก็ได้ทำการปรับเปลี่ยน โดยการเปลี่ยนสีกรอบข้อความของหัวข้อจากสีดำให้กลายเป็นสีส้ม สีเดียวกับตาของตัวละครแมว 3 ตา เปลี่ยนสีตัวอักษรบนหัวข้อเป็นสีดำขาวแทนเขียวขาว เมื่อเสร็จสมบูรณ์แล้ว จึงอัปโหลดให้ที่ปรึกษาตรวจสอบอีกครั้งเพื่อนำมาเผยแพร่



รูปที่ 4.11 5 เคล็ดลับสร้างแบรนด์ยังงให้ปัง ครั้งที่ 2

4.3.4 การออกแบบป้ายเฉลิมพระชนมพรรษา สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง เนื่องในวันคล้ายวันพระราชสมภพ

ออกแบบป้ายวันเฉลิมพระชนมพรรษา สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง เนื่องในวันคล้ายวันพระราชสมภพ ของท่าน ได้ตรงกับวันที่ผู้จัดทำ อยู่ในช่วงฝึกสหกิจศึกษาเริ่มต้นด้วยการหารูปภาพสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง เพื่อนำมาออกแบบในขั้นตอนต่อไป



รูปที่ 4.12 ภาพที่นำมาจัดทำ



ได้รูปภาพที่จะนำมาดูวิธีการจัดวางแล้ว เราก็จะเริ่มต้นการออกแบบโดยการนำภาพมาตัดต่อ และนำเอาโบว์ ดอกไม้มาวางไว้ได้ภาพและเลือกฟอนต์ MN Arluck สีขาว และจัดวางให้เหมาะสม ต่อมา เมื่อเสร็จสิ้นการออกแบบ จึงอัปโหลดเพื่อให้พนักงานที่ปรึกษาตรวจสอบและรับคำแนะนำเพิ่มเติม



รูปที่ 4.13 การออกแบบป้าย วันแม่แห่งชาติ ครั้งที่ 1

เมื่อได้รับคำแนะนำให้ปรับเปลี่ยนรูปภาพและนำตราสัญลักษณ์ประจำพระองค์มาใช้ ตัดข้อความให้สั้นลง ทางผู้จัดทำจึงนำมาจัดโดยการหารูปภาพมาแล้วตัดต่อใหม่ จากนั้นตัดทอนข้อความให้สั้นลงและกระชับขึ้นเปลี่ยนสี คำว่าทรงพระเจริญเป็นสีเหลือง และ ตัวอักษรชื่อของพระองค์เป็นสีขาว เมื่อเสร็จสิ้นแล้วอัปโหลดให้พนักงานที่ปรึกษาตรวจสอบและเผยแพร่



รูปที่ 4.14 การออกแบบป้าย วันแม่แห่งชาติ ครั้งที่ 2

4.3.5 การออกแบบป้ายโฆษณา ช่องทางการโปรโมท สินค้าในโลกออนไลน์ เริ่มต้นด้วยการหาข้อมูลในเว็บไซต์ต่าง ๆ เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับการ โปรโมทสินค้าในโลกออนไลน์



รูปที่ 4.15 การค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์ ภูเก็ต

จากนั้นจึงเริ่ม ทำการออกแบบป้ายโฆษณาช่องทางการโปรโมท สินค้าในโลกออนไลน์ โดยการใส่สีพื้นหลังเป็นสีน้ำเงินอมเขียว จากนั้นทำการออกแบบหัวข้อโดยใช้กรอบสี่เหลี่ยมและข้อความสีขาวม่วง เมื่อได้ข้อมูลและหัวข้อแล้วให้นำข้อมูลมาใส่ลงในชิ้นงานและจัดทำเป็นวงกลม หลังออกแบบเสร็จสิ้นจึงอัปโหลด เพื่อให้พนักงานที่ปรึกษาตรวจสอบและให้คำแนะนำ



รูปที่ 4.16 การออกแบบป้ายโฆษณา ช่องทางการโปรโมท ครั้งที่ 1

เมื่อได้รับคำแนะนำว่า ชิ้นงานแน่นจนเกินไป ควรปรับเปลี่ยนให้เป็น โขเขียนละหนึ่งหน้า ทางผู้จัดทำจึงนำคำแนะนำที่ได้รับมาลองปรับเปลี่ยนตัวชิ้นงาน โดยการเริ่มจาก ตั้งค่าชิ้นงานให้เป็นรูปแบบสี่เหลี่ยมจัตุรัส 6 ชั้น และใช้พื้นหลังเป็นสีเดียวกับตัวละครแมว 3 ตา จากนั้นนำตัวละครแมว 3 มาจัดวางตั้งด้านล่างสุดของกระดาษทำให้เหมือนกับก้นถังแอมมองอยู่ และพื้นหลังนอกจากจะจัดทำเป็นสีของแมว 3 ตาแล้วทางผู้จัดทำได้ออกแบบลายให้มีตัวโขเขียนอยู่ในนั้นด้วย ในส่วนของตัวข้อมูลนั้น ทางผู้จัดทำได้ออกแบบโดยการใส่รูปที่เปรียบเสมือนเป็นเครือข่ายของโขเขียนมีเดีย และได้ใส่สีตามโขเขียนแต่ละ กลุ่มอีกด้วย เมื่อจัดทำชิ้นงานเสร็จสิ้นแล้วก็จะนำไปอัปโหลดให้พนักงานที่เลี้ยงตรวจสอบและนำไปเผยแพร่



รูปที่ 4.17 การออกแบบป้ายโฆษณา ช่องทางการโปรโมท ครั้งที่ 2

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปโครงการสหกิจศึกษา

5.1.1 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจ

จากการปฏิบัติงานที่ บริษัท เอ็นแอนด์พี ศรีเอชัน จำกัด ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2562 ถึง 30 สิงหาคม 2562 เป็นระยะเวลา 16 สัปดาห์ งานที่ได้รับมอบหมายคอนเทนต์ เพื่อประชาสัมพันธ์ ลงสื่อสังคมออนไลน์เฟสบุ๊ก แฟนเพจ Monster Ads การออกแบบคอนเทนต์ และ ตัดต่อคลิปเสียง เพื่อใช้ในการทำสื่อโฆษณาออนไลน์ ทำให้ได้รับประสบการณ์ในการทำงาน การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ความชำนาญในการใช้โปรแกรม และได้เรียนรู้ขั้นตอนการทำงานต่าง ๆ ของบริษัท ตามระยะเวลาที่กำหนด ความตรงต่อเวลาในการทำงาน รวมถึงการเข้ารับข้อมูลงานจากพนักงานที่ปรึกษาเพื่อผลิตงานออกมาให้มีคุณภาพและความพึงพอใจต่อชิ้นงาน ทั้งนี้จากการที่ได้จัดทำสื่อโฆษณาออนไลน์พบว่า การลงคอนเทนต์เพื่อทำการตลาดของ เฟสบุ๊ก แฟนเพจ ควรเป็นข้อมูลที่ถูกต้องและมีการอัปเดตอยู่เสมอเนื่องจากข้อมูลที่ผู้จัดทำได้เผยแพร่ออกไปต้องเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มาพบเห็นต้องมีการนำข้อมูลที่อัปเดตอยู่ตลอดเวลาออกจากรายการนี้ยังมีการทำคอนเทนต์ในเรื่องของวันสำคัญต่าง ๆ ทางผู้จัดทำจึงมีความจำเป็นที่จะต้องคอยอัปเดตข้อมูลและแหล่งที่มาอยู่ตลอดเวลาเพื่อที่จะ ได้มีการตรวจสอบได้ว่าข้อมูลที่ได้นำมามีความจริงหรือเท็จมากน้อยแค่ไหน อาจมีการคัดแปลงคำอธิบายให้กลุ่มเป้าหมายที่เข้ามาเห็นสามารถเข้าใจได้มากขึ้น และไม่เกิดปัญหาของการลอกเลียนแบบงานในภายหลัง เนื่องจากมีหลาย แฟนเพจที่จัดทำคอนเทนต์เดียวกันอยู่ไม่น้อย ทำให้ทางผู้จัดทำต้องคอยตรวจสอบมาซ้ำกับ เฟสบุ๊กแฟนเพจ อื่น ๆ หรือไม่ ทั้งนี้ การจัดทำสื่อโฆษณาชนิดนี้มีความจำเป็นต่อบริษัทอย่างมากเพราะสามารถเพิ่มผู้ชมจากการเล่นเฟสบุ๊กให้เข้ามาติดตามบริษัทผ่านแฟนเพจ จึงทำให้บริษัทมีคนภายนอกเข้ามาพบเห็นและรู้จักกว่าที่ผ่านมา

5.1.2 ข้อจำกัดหรือปัญหาของโครงการ

1. รูปแบบของสื่อที่จะนำไปใช้มีความสอดคล้องกับแฟนเพจ
2. ข้อมูลที่นำมาใส่ในคอนเทนต์ต้องมีความเป็นปัจจุบันมากที่สุด

5.1.3 ข้อเสนอแนะ

1. สามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นสื่อเคลื่อนไหวได้

5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.2.1 ข้อดีของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

1. ได้เรียนรู้การทำงานภายในองค์กรที่มีระเบียบแบบแผน
2. เรียนรู้ระบบระเบียบงานขององค์กรและงานที่จัดทำ
3. เรียนรู้การอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้มากขึ้นและเรียนรู้ที่จะกล้าพูดกล้าถามมากขึ้น
4. รู้จักการบริหารเวลามากขึ้นทำให้สามารถกำหนดงานได้ตรงตามเวลา

5.2.2 ปัญหาที่พบของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

1. อุปกรณ์ที่ใช้มีการขัดข้อง ทำให้ชิ้นงานสูญหาย
2. โปรแกรมที่นำมาสร้างชิ้นงานเกิดการค้างจึงทำให้เกิดปัญหา

5.2.3 ข้อเสนอแนะ

1. จัดตารางการเขียนบทความ และกำหนดวันที่จะลงคอนเทนต์ในเฟสบุ๊ก แฟนเพจ
2. จัดทำชิ้นงานให้เกิดความผิดพลาดน้อยที่สุด
3. มีการกำหนดเวลาในการส่งงาน



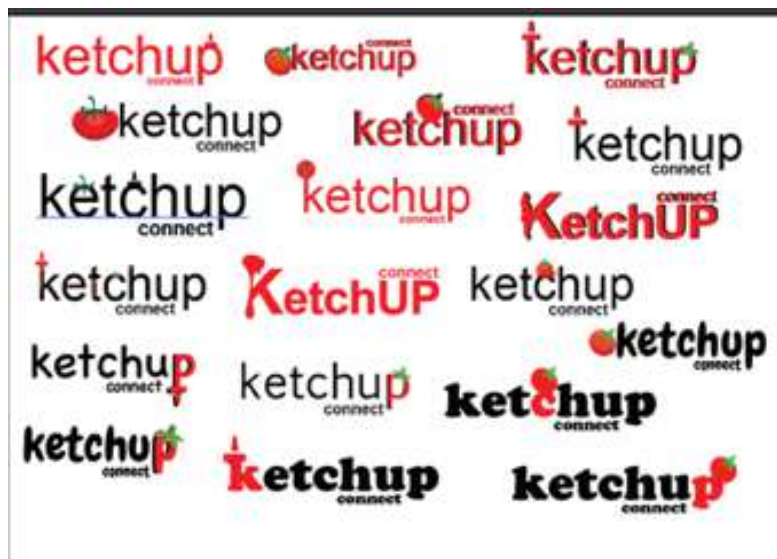
บรรณานุกรม

- กุลนิตา เหลือบจำริญ. (2550). *องค์ประกอบศิลป์ (COMPOSITION ART)*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สกายบุ๊กส์.
- ัชชาวลย์ สมทรัพย์ และ วัลภา นิมานนท์. (2524). *วิชาการ โฆษณา*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ศูนย์หนังสือ ดร. ศรีสง่า จำกัด.
- ฐิติรัตน์ แก้วพณีกรัณย์. (2556). *การโฆษณาผ่านสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธวัชวรัตน์ อินทนชัย. (2552). *การโฆษณาเครื่องดื่มชูกำลังและการบริโภคมาคติกของผู้บริโภค รับจ้างสี่ล้อในจังหวัดเชียงใหม่*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิไลลักษณ์ ซ่อนกลิ่น และ ศิริชัย สุวรรณประภา. (2551) *การโฆษณา*. กรุงเทพมหานคร: เจริญรุ่งเรืองการ.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2529). *กว่าจะเห็นโฆษณา*. กรุงเทพมหานคร: มณีพฤษ์.
- Sissors, Jack Z. & Bumba, Lincoln. (1989) *Advertising Media Planning* (4th ed.). Illinois: NTC Business Book), P.1.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก. ผลงานที่จัดทำ



รูปที่ ก. 1 ออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อใช้งานบรรจุภัณฑ์



รูปที่ ก. 2 ตัดภาพสำหรับทำเว็บ Ketchup connect



รูปที่ ก. 3 ออกแบบนามบัตรเพื่อใช้ในการติดต่อกลุ่มเป้าหมาย

APP.ARMSTONG PULL
PRECORE

1 INTRO

2 กดที่ Icon App. ARMSTONG PULL PRODUCTION

3 ใต้ pass word และ user name จากนั้น กดเข้าสู่ระบบ

- หน้าจอจะแสดงหน้าจอ
- "การวางแผนการเข้าพบลูกค้า"

4 กดที่ Icon "แผนการเดินทาง"

5 กด "วางแผน" จากนั้นกด "ต้นฉบับ"

6 "เลือกร้านที่ต้องการเปลี่ยนวันเข้าพบ"

7 เลือกวันนัดหมายเข้าพบลูกค้า จากนั้นกด "เข้าเพื่อยืนยัน"

- "ใช้ในการนัดหมายการเปลี่ยนวันที่จะเข้าหาลูกค้าในเจ้านั้น" เท่านั้น (ที่เลือกชื่อลูกค้าและเลือกวัน)
- กด "คัดลอกไปรับรายละเอียด"

8 กรอกข้อมูลช่องคัดลอกจากวันทำงาน จากนั้นกรอกวันที่เริ่มการขาย และกรอกวันที่จบการขาย

- กรอกช่องไม่รวมวันทำงาน และ ไม่รวมวันหยุด ให้ครบถ้วน

9 เมื่อใส่รายละเอียดครบแล้วให้ไปที่ "คัดลอกไปรายละเอียด"

10 ไปที่หน้าคัดลอกดูตัวอย่าง แล้วกดที่ "คัดลอก" จากนั้นกด "ตกลง"

- หากต้องการแก้ไข กด "ยกเลิก"

- กด "ตกลง"

- เมื่อเสร็จสิ้นแล้วกดย้อนกลับ

11 เลือกตรวจสอบข้อมูล "แบบรายเดือน"

12 เลือกตรวจสอบข้อมูล "แบบรายสัปดาห์"

13 เลือกตรวจสอบข้อมูล "แบบรายวัน"

รูปที่ ก. 4 จัดทำสคลิปสำหรับใช้ถ่ายสื่อสำหรับการสอนให้พนักงานใหม่



รูปที่ ก. 5 ออกแบบป้ายโฆษณาสินค้าในแบรนด์ โคโคโร่เพื่อประชาสัมพันธ์

App.Armstrong PUSH Pre-Call

ลำดับ	ภาพ	ข้อความ	หมายเหตุ
14		จะเข้ามาที่หน้าวิเคราะห์แผน	
15		เลื่อนลงเพื่อตรวจสอบรายการสินค้า และกดสั่งซื้อที่ผ่านมากดที่ "ถัดไป"	
16		ได้วัดประสิทธิภาพในการจับลูกค้า อย่างน้อย 2 อย่าง กด "ถัดไป"	ใช้ Grow 4 ครั้งแล้ว Grow 5 ครั้งแล้ว

รูปที่ ก. 6 จัดทำสคลิปสำหรับใช้ถ่ายสื่อการสอนให้พนักงานใหม่



รูปที่ ก. 7 ตัดภาพสำหรับทำเว็บ



รูปที่ ก. 8 ออกแบบสื่อโฆษณาสำหรับ บริษัทดานอน



รูปที่ ก. 9 ออกแบบสื่อโฆษณาสำหรับ บริษัทดานอล



รูปที่ ก. 10 ทำซับยูนิลีเวอร์สำหรับใส่ในวิดีโอการสอนพนักงานใหม่



รูปที่ ก. 11 ออกแบบป้ายโฆษณา รู้ไหมน้ำผึ้งมะนาวช่วยอะไรบ้าง เพื่อให้รู้ว่่าน้ำผึ้งมะนาวสามารถ
ทำอะไรได้บ้าง

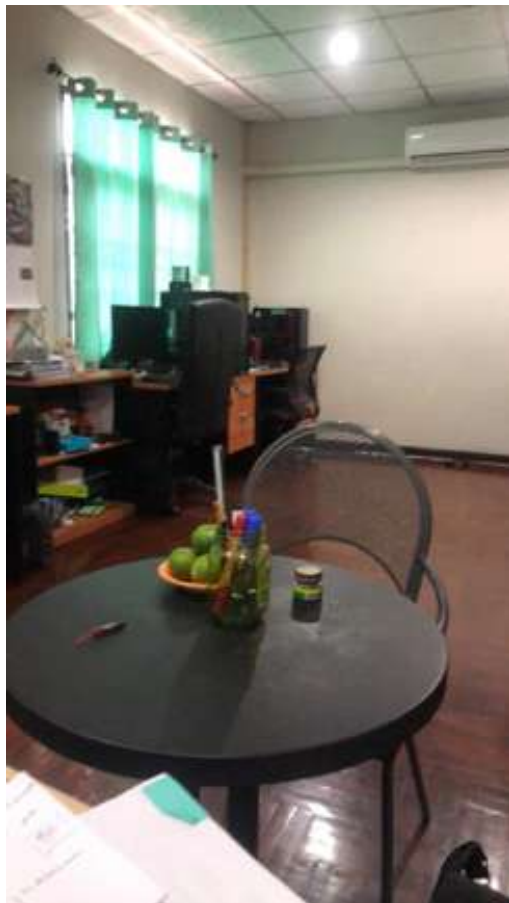


รูปที่ ก. 12 ออกแบบป้ายโฆษณา รับมือสภาพอากาศด้วย 5 แอปนี้ เพื่อตรวจสอบสภาพอากาศก่อน
ออกไปไหน



รูปที่ ก. 13 ออกแบบป้ายโฆษณา เว็บโหลดชาวด์ เพื่อให้กลุ่มที่ทำงานประเภทสื่อโฆษณาสามารถ
มาโหลดไปใช้ได้แบบฟรี ๆ

ภาคผนวก ข. ภาพขณะปฏิบัติงาน

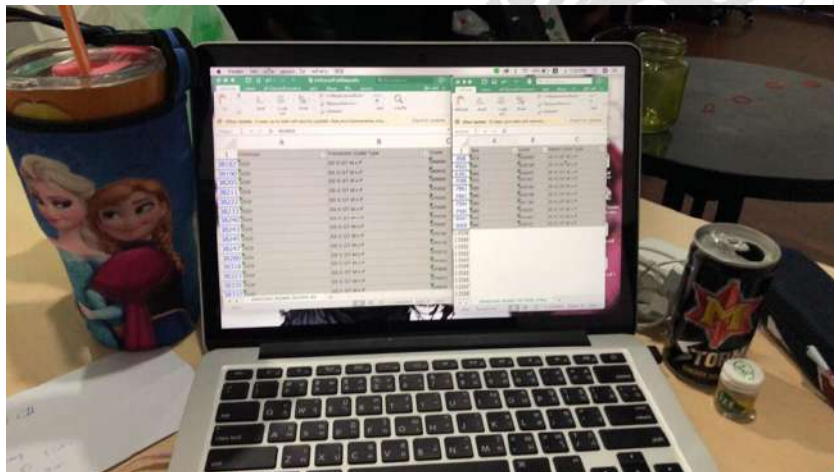


รูปที่ ข. 1 สถานที่ปฏิบัติงาน

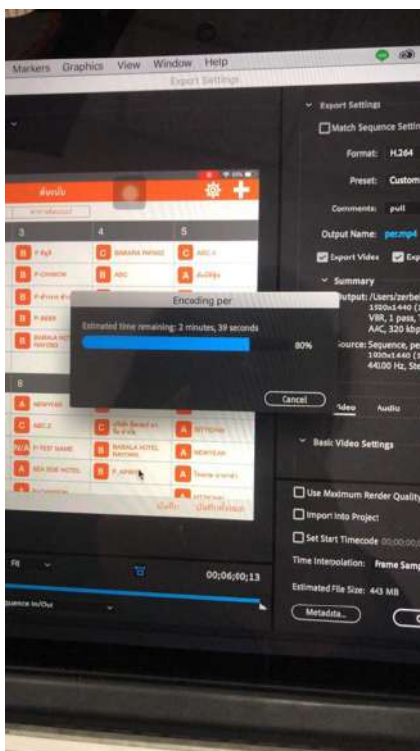




รูปที่ ข. 2 จัดทำวิดีโอสอนพนักงานใหม่



รูปที่ ข. 3 นับจำนวนร้านค้าของไอศกรีมวอลล์ที่เปิดขาย



รูปที่ ข. 4 ตัดต่อวิดีโอสอนพนักงานใหม่



รูปที่ ข. 5 ออกกองยูนิลีเวอร์

ประวัติผู้จัดทำ



รหัสนักศึกษา : 5906400025
ชื่อ - นามสกุล : นางสาว ชุติกาญจน์ กุศลสระพริ้ง
คณะ : เทคโนโลยีสารสนเทศ
สาขาวิชา : แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

ที่อยู่ : 142/1 ถนนราชพฤกษ์ แขวงบางจาก
เขตภาษีเจริญ จังหวัด กรุงเทพมหานคร
รหัสไปรษณีย์ 10160

ผลงาน : การออกแบบผลิตภัณฑ์โฆษณาออนไลน์
กรณีศึกษาบริษัท เอ็นแอนด์พี ครีเอชั่น
จำกัด

