



## รายงานปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

สื่อที่ใช้ในการขายของบริษัทโซล็กซ์อินเตอร์เนชันแนล (ประเทศไทย) จำกัด

Sales Promotion Media of Solex International Co. Ltd

โดย

นางสาว บุษกร ตั้งสมศักดิ์ 5904300303

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา: สหกิจศึกษา

ภาควิชาการตลาด

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษา 3 ปีการศึกษา 2561

หัวข้อโครงการ                    สื่อที่ใช้ในการขายของบริษัท โซเล็กซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย)  
จำกัด

Sales Promotion Media of Solex International Co. Ltd

รายชื่อผู้จัดทำ                    นางสาว บุษกร สังสมศักดิ์ 5904300303

ภาควิชา                                การตลาด

อาจารย์ที่ปรึกษา                    มนทิรา ตันตระวาณิชย์

อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ภาควิชาการตลาด  
ประจำปีการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2561

คณะกรรมการสอบโครงการ

  
.....อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์ มนทิรา ตันตระวาณิชย์)

  
.....พนักงานที่ปรึกษา

(คุณ อมรัตน์ โพธิ์จันทร์)

  
.....กรรมการกลาง

(ดร. สมชาย เบ็ญจวรรณ์)

  
.....ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.มารุจ ลิ้มปะวัฒนา)

ชื่อโครงการ : สื่อที่ใช้ในการขายของบริษัท โซเล็กซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล  
(ประเทศไทย) จำกัด

หน่วยกิจ : 5

ผู้จัดทำ : นางสาว บุษกร สังสมศักดิ์ 5904300303

อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์ มนทิรา ตันตระวานิชย์

ระดับการศึกษา : ปริญญาตรี

สาขาวิชา : การตลาด

คณะ : บริหารธุรกิจ

ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา : 3/2561

#### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง สื่อที่ใช้ในการขายของบริษัท โซเล็กซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อโฆษณาและเพื่อศึกษาวิธีการขายสินค้าเกี่ยวกับอุปกรณ์ประดับยนต์ อุปกรณ์บ้าน ของบริษัท โซเล็กซ์ ช่องทางการจำหน่าย การประชาสัมพันธ์ การวางแผนและการดำเนินงาน มีการโปรโมตสินค้าต่างๆ ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสังคมออนไลน์ ผู้จัดทำได้ทำป้ายโฆษณาลงเว็บเพจและเว็บไซต์เพื่อให้สินค้าเป็นที่สนใจของผู้บริโภคและสามารถเพิ่มยอดขายได้ กระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อ สื่อที่เลือกใช้คือสื่ออินเทอร์เน็ตสื่อนี้สามารถแพร่กระจายข่าวสารได้อย่างรวดเร็วสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย การเลือกใช้สื่อในการขายนี้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ทำให้เกิดการกระตุ้นยอดขายและเพิ่มยอดขายสินค้าได้เพิ่มมากขึ้น

คำสำคัญ : สื่อการโฆษณา

ผู้ตรวจ  


**Project Title** : Sales Promotion Media of Solex International Co. Ltd.  
**Credits** : 5  
**By** : Miss Budsakorn Sangsomsak 5904300303  
**Advisor** : Professor Monthira Tantrawanich  
**Degree** : Bachelor of Business Administration  
**Major** : Marketing  
**Faculty** : Business Administration  
**Semester / Academic Year** : 3/2018

### **Abstract**

This study aimed to investigate the use of advertising media and to study the methods of selling car accessories and home appliances of Solex International Co. Ltd.. This study also investigated the company's distribution channels, public relations, planning and operations. The company promoted its products via several channels, including Internet and online media. The author prepared an ads banner on the website to attract potential customers and to increase sales and meet needs. The selected media type was the Internet, as it is an effective channel used to spread news quickly to the target group. This selected channel can respond the consumers' needs, stimulating sales and sales volumes.

Keywords: Advertising media , Solex International , online media

Approved by  
.....

## กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgement)

การที่ผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษา ณ บริษัท โซเล็กซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด ตั้งแต่วันที่ 15 พฤษภาคม 2562 ถึงวันที่ 30 สิงหาคม 2562 ส่งผลให้ผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆที่มีค่ามากมาย สำหรับรายงานสหกิจศึกษานี้สำเร็จลงได้ด้วยดีจากความร่วมมือสนับสนุนจากหลายฝ่ายดังนี้

1. คุณ ศศิวิมล ปิติเศรษฐการ (ผู้บริหารฝ่ายการตลาด)
2. คุณ อมรรัตน์ โพธิ์จันทร์ (เจ้าหน้าที่ขายสินค้าฝ่ายการตลาด)
3. คุณ ชัยณรงค์ พลอยเลี้ยง (เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด)
4. อาจารย์ มนทิรา ดันตระวานิชย์ (อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา)

และบุคคลท่านอื่น ๆ ที่ไม่ได้กล่าวชื่อนามทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือในการจัดทำรายงาน

ผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ ตลอดจนให้ความสนใจเกี่ยวกับชีวิตของการทำงานจริง ซึ่งผู้จัดทำขอขอบคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้จัดทำ

นางสาว นุษกร สังสมศักดิ์

15 กรกฎาคม 2562

## สารบัญ

	หน้า
จดหมายนำส่งรายงาน.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
บทคัดย่อ.....	ค
Abstract.....	ง
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	2
1.3 ขอบเขตของการศึกษา.....	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
บทที่ 2 ทบทวนเอกสารวรรณกรรม	
2.1 ความหมายและความสำคัญของการโฆษณา.....	3
2.2 ความสำคัญของการโฆษณา.....	3
2.3 วัตถุประสงค์พื้นฐานของการโฆษณา.....	4
2.4 ป้ายโฆษณากล้าแก่.....	5
2.5 การตัดสินใจเกี่ยวกับงบโฆษณา.....	5
2.6 การเลือกใช้สื่อ.....	6
2.7 ความหมายและความสำคัญของการตลาด.....	6
2.8 ความหมายของการขาย.....	6
2.9 การส่งเสริมการขาย.....	7
บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน	
3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ.....	8
3.2 ลักษณะการประกอบการ.....	9
3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารงานขององค์กร.....	10
3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย.....	10

## สารบัญ ( ต่อ )

	หน้า
3.5 ชื่อและตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา.....	10
3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	11
3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน.....	11
3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้.....	13
บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ	
4.1 สื่อการโฆษณา.....	14
4.2 อุปกรณ์บ้านและอุปกรณ์ระดับขั้น.....	22
4.3 ออกแบบภาพลงเว็บไซต์และสื่อออนไลน์.....	26
4.4 การออกบูธและการจัดงานแสดงสินค้า.....	32
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลโครงการหรืองานวิจัย.....	34
5.2 ข้อจำกัดหรือปัญหาโครงการ.....	34
5.3 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจ.....	34
5.4 ข้อเสนอแนะจากการทำโครงการสหกิจ.....	35
บรรณานุกรม.....	37
ภาคผนวก	
ประวัตินักศึกษาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา	

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน.....	11
ตารางที่ 3.2 รายงานการปฏิบัติสหกิจ.....	12
ตารางที่ 3.3 ขั้นตอนในการติดต่อสื่อสารการทำป้ายโฆษณา Artwork ของ Solex.....	22





## สารบัญรูปภาพ

	หน้า
รูปที่ 3.1 ตราสัญลักษณ์บริษัท โซเล็กซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด.....	8
รูปที่ 3.2 แผนที่ตั้งบริษัท.....	9
รูปที่ 3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารงานขององค์กร.....	10
รูปที่ 3.4 รวมรูปแบบป้ายโฆษณา Artwork ของ Solex.....	14
รูปที่ 3.5 เอกสารการอนุมัติป้ายโฆษณา.....	16
รูปที่ 3.6 เอกสารสรุปค่าน้ำมันรถเดินและค่าแรงติดตั้งป้ายโฆษณา.....	18
รูปที่ 3.7 ตัวอย่างร้านค้าที่ติดป้ายอลูมิเนียมโลหะ.....	20
รูปที่ 3.8 ตัวอย่างร้านค้าที่ติดป้ายโฆษณา logo ล่องไฟ.....	20
รูปที่ 3.9 ตัวอย่างร้านค้าที่ติดป้ายผ้าใบ.....	21
รูปที่ 3.10 ตัวอย่างแบบป้าย X Stan , Backdrop.....	21
รูปที่ 3.11 รูปแบบกุญแจคล้อง.....	22
รูปที่ 3.12 รูปแบบ Digital Door Lock.....	23
รูปที่ 3.13 รูปแบบอุปกรณ์พีดีดี.....	23
รูปที่ 3.14 รูปแบบอุปกรณ์เครื่องมือ.....	24
รูปที่ 3.15 รูปแบบอุปกรณ์จักรยานยนต์.....	25
รูปที่ 3.16 รูปแบบอุปกรณ์รถยนต์.....	25
รูปที่ 3.17 ตัวอย่างการออกแบบภาพ.....	26
รูปที่ 3.18 ตัวอย่างการออกแบบภาพ.....	27
รูปที่ 3.19 รูปตัวอย่างในเพจ Facebook Solex.....	28
รูปที่ 3.20 รูปตัวอย่างในเว็บไซต์ Shopee.....	29
รูปที่ 3.21 รูปตัวอย่างในเว็บไซต์ Lazada.....	30
รูปที่ 3.22 รูปตัวอย่างในเว็บไซต์ โซเล็กซ์ออนไลน์.....	31

## สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

	หน้า
รูปที่ ก.1 การทำไบเซนออกการทำปฏิกิริยาของบริษัท โซเล็กซ์.....	38
รูปที่ ก.2 การลิสต์รายการสินค้าของบริษัทโซเล็กซ์ที่จะนำไปใช้ออกบูธ ณ ไบเทค บางนา.....	38
รูปที่ ก.3 การจัดงานแสดงสินค้าบ้านและสวนแฟร์ 2019 ณ ไบเทค บางนา.....	39
รูปที่ ก.4 พิมพ์ใบสรุปยอดขายการไปออกบูธงานบ้านและสวนแฟร์.....	39
รูปที่ ก.5 อาจารย์ที่ปรึกษาออกนิเทศนักศึกษาสหกิจศึกษา ณ บริษัท โซเล็ก.....	40



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การใช้สื่อในการขายมีมากมายหลากหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นการใช้ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออกสถานที่ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อออกอาคารสถานที่และสื่ออื่น ๆ ดังนั้นการเลือกใช้สื่อแต่ละประเภทต้องคำนึงถึงจุดเด่นและจุดด้อย เพราะสื่อแต่ละประเภทมีคุณลักษณะแตกต่างกัน มีข้อดีข้อเสียไม่เหมือนกัน การตัดสินใจเลือกใช้สื่อเพื่อให้มีประสิทธิภาพจำเป็นจะต้องพิจารณาถึงต้นทุนสื่อ ความสามารถในการสื่อสารและลักษณะของกลุ่มผู้รับข่าวสารเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อจะเป็นตัวกำหนดว่า ควรใช้สื่อชนิดไหน ด้วยวิธีใด จะใช้เมื่อไร และจะใช้ที่ไหน จึงจะสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม ซึ่งปัจจุบันการสื่อสารมีสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการทำการตลาด ดังนั้นผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงให้ความสำคัญกับการเลือกใช้สื่อสารมวลชนแขนงต่างๆ เพื่อนำเสนอสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค โดยเฉพาะในช่วงที่สถานการณ์ทางการตลาดมีการแข่งขันกันอย่างเข้มข้นรุนแรง ปัจจุบันสื่อที่ได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการและผู้บริโภคเป็นอย่างมากคือสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ทางการสื่อสารสมัยใหม่ที่กำลังเปลี่ยนแปลงโลกไปอย่างรวดเร็วและมีอิทธิพลกับวิถีชีวิตของคนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้นจึงเป็นไปได้ว่า ผู้บริโภคมีโอกาสได้รับรู้และแสวงหาข้อมูลด้านการโฆษณาจากสื่ออินเทอร์เน็ต ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกับการรับรู้ทางสื่ออื่น ๆ

ในปัจจุบัน โลกอินเทอร์เน็ตมีเว็บไซต์ในลักษณะ Social Networking Service ออกมามากมาย ซึ่งเป็นบริการผ่านเว็บไซต์ที่เป็นจุดเชื่อมโยงระหว่างบุคคลแต่ละคนที่มีเครือข่ายสังคมของตัวเองผ่านเน็ตเวิร์คอินเทอร์เน็ต โดยเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Networking) เป็นช่องทางทางการสื่อสารสื่อใหม่ที่นิยมมากจนกลายเป็นวัฒนธรรมส่วนหนึ่งของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน เพราะเครือข่ายสังคมออนไลน์เปรียบเสมือนเป็นการบริการพื้นฐานของเว็บไซต์ที่ผู้ใช้สามารถแสดงให้เป็นที่รู้จักแก่คนทั่วไป โดยการสร้างหน้าตาต่างหรือเว็บไซต์ (web page) ของตัวเอง และอนุญาตให้ผู้อื่นที่ใช้บริการเดียวกันเข้าร่วมแบ่งปันประสบการณ์กับผู้ใช้นั้น ๆ ได้

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อโฆษณาของบริษัท โซเล็กซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด

1.2.2 เพื่อศึกษาวิธีการขายสินค้าเกี่ยวกับอุปกรณ์ประดับยนต์ อุปกรณ์บ้าน ของบริษัท โซเล็กซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด

## 1.3 ขอบเขตของการศึกษา

1.3.1 ระยะเวลาดำเนินงาน ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม-สิงหาคม พ.ศ.2562

1.3.2 พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา คือ เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

## 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ได้ทราบการใช้สื่อโฆษณาของบริษัท โซเล็กซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด

1.4.2 รู้วิธีการเพิ่มยอดขายสินค้า โดยใช้สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโฆษณา สื่ออินเทอร์เน็ต การออกบูธ



## บทที่ 2

### ทบทวนเอกสารวรรณกรรม

#### 2.1 ความหมายและความสำคัญของการโฆษณา

การโฆษณา หมายถึง เป็นการประกาศสินค้าหรือบริการให้ประชาชนโดยทั่วไปทราบ เป็นเครื่องมือสื่อสารเพื่อบอกกล่าวให้ผู้บริโภครู้จักถึงคุณค่าและความแตกต่าง ก่อให้เกิดพฤติกรรมการซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ปัจจุบันมีการเผยแพร่งานโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อาทิเช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อโซเชียล และสื่อออนไลน์ เป็นต้น

#### 2.2 ความสำคัญของการโฆษณา

Belch & Belch (2012 กล่าวว่า การโฆษณามีความสำคัญต่อส่วนผสมการตลาดดังต่อไปนี้

1. การโฆษณาเป็นวิธีการติดต่อสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากที่มีค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด
2. การโฆษณาสามารถใช้เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับตราสินค้าและสัญลักษณ์ของบริษัทซึ่งเป็นสิ่งสำคัญต่อบริษัทในการขายสินค้าและบริการเป็นอย่างยิ่ง และยังเป็นสิ่งที่ยากกว่าการสร้าง ความแตกต่างโดยอาศัยคุณสมบัติของสินค้า
3. การโฆษณาสามารถกระตุ้นอารมณ์ความรู้สึกของลูกค้าได้ดีกว่า เมื่อองค์ประกอบของส่วนผสมทางการตลาดอื่น ๆ ไม่สามารถทำได้ การรณรงค์หรือโฆษณาที่ได้รับความนิยม สามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าและเพิ่มยอดขายได้ นอกจากนี้ยังสามารถส่งผลถึงความสำเร็จของเครื่องมือสื่อสารการตลาดอื่น ๆ ได้

นอกจากนี้ การโฆษณายังมีความสำคัญโดยรวมอีกหลายประการดังที่ วิไลลักษณ์ ช่อนกลิ่นและศิริชัย สุวรรณประภา (2550) กล่าวไว้ 4 ประการ ดังนี้

1. การโฆษณาเป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร การแจ้งข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า คุณสมบัติของสินค้า ประโยชน์ของสินค้าที่ผู้บริโภคจะได้รับ จะต้องมีความแตกต่างไปจากสินค้าของกลุ่มแข่งขันและทำให้ผู้บริโภคได้รู้จักเกิดความสนใจ อยากได้เป็นเจ้าของและตัดสินใจซื้อในที่สุด

2. การโฆษณาช่วยในการพัฒนาและฟื้นฟูระบบเศรษฐกิจของประเทศเนื่องมาจากการโฆษณาที่มีส่วนที่จะช่วยให้สินค้าเข้าสู่ตลาดอย่างกว้างขวาง ทำให้มีการขายมากขึ้น ความต้องการด้าน วัตถุดิบ แรงงาน วัสดุ อุปกรณ์ต่าง ๆ มีมากตามไปด้วย ส่งผลให้มีการจ้างงาน รายได้มีมากขึ้น โรงงานขยายตัวมากขึ้น รับสมัครงานมากขึ้น

3. การโฆษณาช่วยยกระดับมาตรฐานการครองชีพของคนในสังคม โดยเฉพาะการช่วยกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ขึ้นมา เกิดเป็นสินค้ารูปแบบใหม่ ๆ ผู้บริโภคประชาชนมีรายได้มากขึ้น ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น

4. การโฆษณาทำให้เกิดการแข่งขันระหว่างธุรกิจต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เกิดเป็นนวัตกรรมใหม่ที่สู่ตลาด มีการลงทุนในธุรกิจใหม่ ๆ กิจกรรมแข่งขันในธุรกิจ เกิดผลดีต่อการพัฒนาประเทศ

### 2.3 วัตถุประสงค์พื้นฐานของการโฆษณา ประกอบด้วยวัตถุประสงค์ 3 ประเภท ได้แก่

1. เพื่อแจ้งข่าวสารข้อมูล (Informative Advertising) มักจะถูกนำมาใช้ในการนิยามต่าง ๆ เช่น เพื่อการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อสร้างภาพพจน์ของบริษัท เพื่อลดความเสี่ยงภัยของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้า เพื่อแนะนำวิธีใช้ผลิตภัณฑ์ เพื่อแจ้งข่าวสารให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงในส่วนประสมทางการตลาด

2. เพื่อชักจูง (Persuasive Advertising) นักการตลาดแนะนำมาใช้เมื่อต้องการชักจูงใจให้เกิดการซื้อทันทีหรือเพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานขายได้มีโอกาสในการแสดงสินค้าให้ผู้อื่นเห็น ใช้สร้างการเจาะจง ใช้ตราสินค้า (Selective Demand) หรือเพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความชอบในตราชื่อยี่ห้อของกิจการ (Brand Preference)

3. เพื่อเตือนความทรงจำ (Reminder Advertising) มักจะถูกนำมาใช้เมื่อมีเป้าหมายย่อยดังต่อไปนี้ คือเพื่อการกระตุ้นความจำของผู้บริโภคเกี่ยวกับตราชื่อยี่ห้อของสินค้าของกิจการเพื่อรักษาภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์และบริษัทให้คงไว้เสมอ เพื่อเตือนความจำให้ผู้ซื้อผู้รู้แหล่งที่จะซื้อสินค้าเป็นต้น

## 2.4 ป้ายโฆษณากลางแจ้ง (Outdoor Advertising)

เป็นสื่อโฆษณาที่จัดทำเป็นป้ายแสดงสิ่งโฆษณาที่ติดตั้งอยู่กับที่เพื่อให้ผู้คนที่ผ่านไปมา มองเห็นได้โดยมีจุดประสงค์ที่สำคัญเพื่อมุ่งเน้นเพื่อเสริมแรงการจำชื่อตราของผลิตภัณฑ์ที่โฆษณา เพื่อให้ผู้บริโภคจำได้

ประเภทของป้ายโฆษณากลางแจ้ง แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. ป้ายโปสเตอร์ (Posters of Billboards)
2. ป้ายเขียน (Painted Bulletines or Painted Displays)
3. ป้ายที่ตกแต่งเป็นพิเศษด้วยไฟฟ้า (Electric Spectaculars)

สำหรับป้ายแต่ละประเภท การเลือกทำเลที่ตั้งป้ายรวมทั้งจุดแข็งจุดอ่อน พอสรุปได้ดังนี้ (เจริญศักดิ์ อึ้งเจริญวัฒนา 2531 : 230-233)

## 2.5 การตัดสินใจเกี่ยวกับงบประมาณ ปัจจัยที่สำคัญ 5 ประการ ได้แก่

1. ช่วงของผลิตภัณฑ์ในวงจรชีวิต ผลิตภัณฑ์ใหม่มักจะได้รับโฆษณาสูงเพื่อสร้างให้เกิดการรับรู้และให้ผู้บริโภคได้ทดลองใช้ ตราสินค้าที่สร้างขึ้นมักได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณต่ำกว่าเมื่อเทียบกับอัตราที่จะขาย
2. ส่วนแบ่งตลาดและฐานผู้บริโภค ตราสินค้าที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงมักจะไม่ต้องการ การใช้จ่ายด้านโฆษณามากนักเมื่อคิดเป็นอัตราส่วนกับการขายเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ การสร้างส่วนแบ่งตลาดด้วยการขยายขนาดตลาดนั้นต้องการงบประมาณมากกว่านอกจากนี้ในด้านต้นทุนต่อความสนใจไม่เปลืองค่าใช้จ่ายที่จะเข้าถึงลูกค้า ให้ใช้ตราสินค้านี้มากเท่าการเข้าถึงลูกค้าในตราสินค้าที่มีส่วนแบ่งตลาดต่ำ
3. การแข่งขันและจำนวนคู่แข่ง ในตลาดที่มีคู่แข่งจำนวนมากและมีการใช้จ่ายในการโฆษณาสูงต้องมีการโฆษณาอย่างหนักเพื่อให้ตราสินค้าติดหู แม้แต่กับรายที่อาจจะไม่ใช่คู่แข่งโดยตรงก็ยังคงควรที่จะทุ่มโฆษณาอยู่ดี
4. ความถี่ในการโฆษณา การย้ำโฆษณาให้ผู้บริโภคนั้นเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับการสร้างแรงกระทบจากการใช้บเพื่อการค้าโฆษณา

5. การแทนที่ผลิตภัณฑ์ สินค้าในกลุ่มที่มีการแข่งขัน (เช่น บุหรี่ เบียร์ เครื่องดื่ม) ต้องการ โฆษณาอย่างหนักเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่แตกต่าง โฆษณามีส่วนสำคัญมากเมื่อต้องการให้เห็น ภาพความพิเศษเป็นหนึ่งเดียวของตราสินค้านั้น

## 2.6 การเลือกใช้สื่อ (selecting the media)

เป็นเรื่องที่สามที่จะต้องพิจารณาตัดสินใจในการวางแผนกลยุทธ์การใช้สื่อ ปัญหาที่จะต้อง ตัดสินใจคือ การเลือกใช้สื่อให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ การใช้สื่อนั้นอาจเลือกใช้เพียงสื่อเดียวก็ ได้ ถ้านั่นใจว่าจะไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตามต้องการ รวมทั้งสามารถสร้างผลกระทบ ก่อให้เกิดความประทับใจในตราสินค้าที่นำเสนอเด่นเป็นพิเศษอย่างเพียงพอ และที่สำคัญก็คือ ทำ ให้ประหยัดค่าใช้จ่ายอย่างมากอีกด้วย แต่อย่างไรก็ตาม หากใช้สื่อเดียวไม่สามารถเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายได้ตามวัตถุประสงค์ ก็จะต้อง

หันมาพิจารณาการใช้ สื่อผสม (media mix) 2 สื่อ หรือมากกว่าเข้ามาช่วยเสริม (Confer and Mc Glathery ,quoted in Bovee, et al, 1995 :357) เพราะการใช้สื่อผสมร่วมกันจะทำให้เกิดผลกระทบ ร่วมที่เสริมกัน (synergy)

## 2.7 ความหมายและความสำคัญของการตลาด

การตลาดคือกิจกรรมของธุรกิจที่สร้างขึ้นมาเพื่อจะอำนวยความสะดวก และก่อให้เกิดการ แลกเปลี่ยนระหว่างผู้ผลิตหรือผู้ขายกับผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ โดยจะต้องมุ่งสนองความพึงพอใจของผู้ ซื้อเป็นสำคัญ

## 2.8 ความหมายของการขาย

การขาย หมายถึง การติดต่อสื่อสาร ( Communication) ซึ่งมีพนักงานขายเป็นผู้ที่ทำหน้าที่ ติดต่อสื่อสาร โดยนำข้อมูล เกี่ยวกับสินค้า นโยบายของบริษัท เสนอให้กับลูกค้า ในขณะที่เดียวกัน พนักงานขายทำหน้าที่รับฟังข้อมูลจากลูกค้าในเรื่องของสินค้า ราคา อื่น กลับสู่บริษัท ซึ่งเป็นข้อมูล ที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัท



## 2.9 การส่งเสริมการขาย

การส่งเสริมการขาย หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมการตลาดที่นอกเหนือไปจากการโฆษณา การตลาดทางตรง การขายโดยใช้พนักงานขาย และการประชาสัมพันธ์ ที่จัดขึ้นเป็นครั้งคราวเพื่อกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อของลูกค้าขั้นสุดท้าย บุคคลในช่องทางการตลาด หรือพนักงานขายของกิจการ การส่งเสริมการขายไม่สามารถใช้เพียงเครื่องมือเดียวได้ โดยทั่วไปมักจะใช้ร่วมกับการโฆษณา การตลาดทางตรง หรือการขายโดยใช้พนักงานขาย เช่น โฆษณาให้รู้ว่ามีสินค้าลด แลก แจก แถม หรือ ส่งพนักงานขายไปแจกสินค้าตัวอย่างตามบ้าน เป็นต้น

ดังนั้นการส่งเสริมการขายเป็นกิจกรรมต่างๆ ทางการตลาดที่นอกเหนือจากการโฆษณา การประชาสัมพันธ์และการขายโดยพนักงานขาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการซื้อหรือเพิ่มยอดขายของกิจการรวมถึงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของคนกลางในการจัดจำหน่าย โดยการจัดและตกแต่งร้าน การแสดงสินค้า การสาธิตการใช้งาน และความพยายามทางการตลาดอื่น ๆ ที่ไม่ใช่งานด้านการขายที่ปฏิบัติอยู่เป็นประจำ



### บทที่ 3

#### รายละเอียดการปฏิบัติงาน

##### 3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

3.1.1 ชื่อสถานประกอบการ : บริษัท โซเล็กซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย)  
จำกัด

: Solex international Thailand Company Limited

3.1.2 ที่ตั้งสถานประกอบการ : 626,628 ถนนบางขุนเทียน-ชายทะเล แขวงท่าข้าม

เขตบางขุนเทียน กรุงเทพฯ 10150

3.1.3 โทรศัพท์ : 02-8973900, 06-1846-5666

3.1.4 อีเมล : support@solextoplock.com

3.1.5 เว็บไซต์ : www.solexonline.com



รูปที่ 3.1 ตราสัญลักษณ์ บริษัท โซเล็กซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด

รูป

3.2



ที่

แผนที่ตั้ง บริษัท โซเล็กซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด

### 3.2 ลักษณะการประกอบการ

#### 3.2.1 เกี่ยวกับบริษัท โซเล็กซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด

บริษัท โซเล็กซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด จดทะเบียนที่ 1.5 ล้าน เป็นธุรกิจประเภท กระจาย อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ อุปกรณ์ระดับขั้นสูง กระจายระดับโลก ด้วยฝีมือคนไทยอยู่คู่กับคนไทยมานานกว่า 50 ปี บริษัทมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับลูกค้าต่างประเทศทั่วโลกและนำมาปรับใช้ให้มีจุดด้อยน้อยที่สุดและมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองกับคนรุ่นใหม่ การผลิตทุกขั้นตอนมีการตรวจสอบอย่างละเอียดจนกระทั่งการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าก่อนออกสู่ตลาด ตามระบบมาตรฐานคุณภาพ 9001:2008 โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีการคิดค้นเทคโนโลยีใหม่ๆ

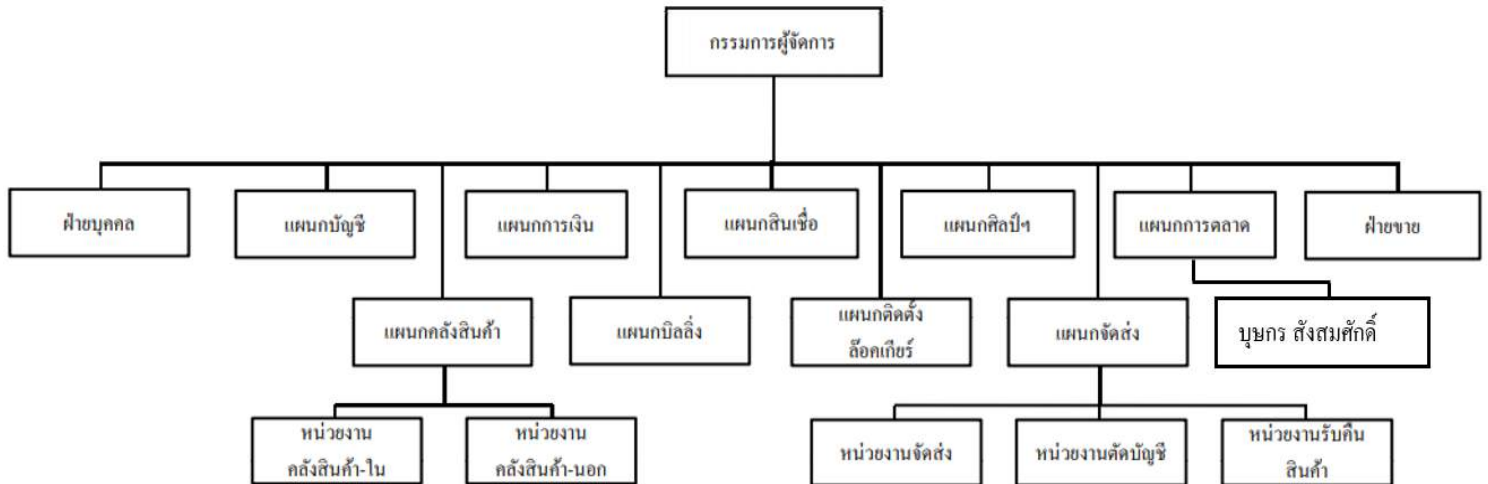
#### 3.2.2 บริการของบริษัท โซเล็กซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด

บริษัทมีการให้บริการกับลูกค้าโดยการทำการติดตั้งสินค้านอกสถานที่ให้ โดยผู้เชี่ยวชาญหรือช่างเทคนิคของบริษัท อาทิเช่น การติดตั้งตามบ้าน สำนักงาน คอนโดมิเนียมหรือ อพาร์ทเมนท์ หากลูกค้าที่ซื้อสินค้าทางบริษัทไปแล้วสินค้าเกิดมีปัญหามาทางบริษัทมีบริการหลังการขายโดยการให้ลูกค้าส่งสินค้ากลับมาทางบริษัทเพื่อทำการตรวจสอบ อีกทางเลือกหนึ่งถ้าลูกค้าไม่สะดวกสามารถแจ้งทางบริษัทให้พนักงานไปปรับสินค้าของท่านได้

### 3.3 รูปแบบการจัดองค์การและการบริหารงานขององค์กร

บริษัท โซล็กซ์ อินเตอร์เนชันแนล (ประเทศไทย) จำกัด  
SOLEX INTERNATIONAL (THAILAND) CO., LTD.

#### แผนภูมิโครงสร้างบริหารงาน



รูปที่ 3.3 ลักษณะแผนผังการทำงานและการบริหารงานของบริษัท

โซล็กซ์ อินเตอร์เนชันแนล (ประเทศไทย) จำกัด

### 3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

ชื่อ-นามสกุล: นางสาว บุษกร สัมศักดิ์

ตำแหน่งงาน: ผู้ช่วยฝ่ายการตลาด

ลักษณะการทำงานงาน: ทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลการทำป้ายผ้าใบ ไปติดร้านค้าและออกแบบภาพลงเว็บไซต์ ดูแลเว็บ รวมถึงรับสายลูกค้าที่ติดต่อเข้ามาสอบถามสินค้าหรือซื้อสินค้า

### 3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา

ชื่อ-นามสกุล: นางสาว ศศิวิมล ปิติเศรษฐการ

ตำแหน่งงาน: ผู้บริหารฝ่ายการตลาด

ชื่อ-นามสกุล: นางสาว อมรรัตน์ โพธิ์จันทร์

ตำแหน่งงาน: เจ้าหน้าที่ขายสินค้าฝ่ายการตลาด

ชื่อ-นามสกุล: นาย ชัยณรงค์ พลอยเลี้ยง

ตำแหน่งงาน: เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด

### 3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

3.6.1 ระยะเวลาในการดำเนินงานวันที่ 15 พฤษภาคม 2562 – วันที่ 31 สิงหาคม 2562

3.6.2 วันและเวลาการปฏิบัติสหกิจศึกษา วันจันทร์ – วันศุกร์ เวลา 10:30 – 18:00 น.

### 3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

3.7.1 วางแผนการดำเนินโครงการ

3.7.2 รวบรวมข้อมูลและแนวคิด

3.7.3 ออกแบบโครงการ

3.7.4 จัดทำโครงการ

3.7.5 ตรวจสอบโครงการ

3.7.6 จัดทำเอกสาร

ตารางที่ 3.1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน	พ.ค 62	มิ.ย 62	ก.ค 62	ส.ค 62
1. วางแผนการดำเนินโครงการ	←→			
2. รวบรวมข้อมูลและแนวคิด	←→	←→		
3. ออกแบบโครงการ		←→	←→	
4. จัดทำโครงการ		←→	←→	
5. ตรวจสอบโครงการ			←→	←→
6. จัดทำเอกสาร			←→	←→

ตารางที่ 3.2 รายงานการปฏิบัติสหกิจ

ระยะเวลา	รายละเอียดการปฏิบัติงานสหกิจ
สัปดาห์ที่ 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ทำบิล คีย์ข้อมูลลูกค้าแล้ว Print Screen</li> <li>- รับสายลูกค้าที่ติดต่อเข้ามาทางบริษัท</li> <li>- เช็คสต็อกสินค้าในโซว์รุ่ม</li> </ul>
สัปดาห์ที่ 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รับสายลูกค้าที่ติดต่อเข้ามาทางบริษัท</li> <li>- เรียงบิลตามรหัสสินค้า</li> <li>- เช็คยอดสินค้าที่เบิก ขาย รับคืน ของงานออกบูธ โดยใช้โปรแกรม Excel แก่ราคาสินค้าในเว็บSolex Online</li> <li>- ทำใบเสนอการติดตั้งป้ายโฆษณา Solex</li> </ul>
สัปดาห์ที่ 3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รับสายลูกค้าที่ติดต่อเข้ามาทางบริษัท</li> <li>- คีย์รายงานสรุปการติดตั้งป้ายผ้าใบและตู้ไฟ Solex</li> <li>- ใสรหัส Bar Code สินค้า</li> <li>- เช็คราคาในเว็บ Solex Online หลังบ้าน</li> </ul>
สัปดาห์ที่ 4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บันทึกโฆษณาผ่านสื่อและสร้างตารางสื่อโฆษณา</li> <li>- รับสายลูกค้าที่ติดต่อเข้ามาทางบริษัท</li> <li>- สรุปรายรับ-ยอดขายสินค้างานสถาปนิกสยามในพระราชูปถัมภ์</li> <li>- เข้าร่วมประชุมที่อิมแพคอารีน่าเมืองทองธานี</li> </ul>
สัปดาห์ที่ 5	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สรุปรายรับ-ยอดขายสินค้างานสถาปนิกสยามในพระบรมราชูปถัมภ์</li> <li>- ทำใบเบิกค่าแรงเหมาจ่าย-ค่าอุปกรณ์ในการติดตั้งป้ายโฆษณา Solex</li> <li>- ทำใบเสนอการติดตั้งป้ายโฆษณา Solex</li> </ul>
สัปดาห์ที่ 6	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ทำใบเบิกค่าแรงเหมาจ่ายติดตั้งป้ายโฆษณา</li> <li>- สรุปการติดตั้งป้ายโฆษณา</li> <li>- เขียน Article Review สินค้าอุปกรณ์บ้านและระดับยนต์ Solex</li> </ul>
สัปดาห์ที่ 7	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เขียน Article Review สินค้าอุปกรณ์บ้านและระดับยนต์ Solex</li> <li>- เช็คสต็อกสินค้าที่โซว์รุ่ม</li> </ul>
สัปดาห์ที่ 8	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รับสายลูกค้าที่ติดต่อเข้ามาทางบริษัท</li> <li>- ทำใบเสนอการติดตั้งป้ายโฆษณา Solex</li> </ul>

ตารางที่ 3.2 รายงานการปฏิบัติสหกิจ(ต่อ)

ระยะเวลา	รายละเอียดการปฏิบัติงานสหกิจ
สัปดาห์ที่ 9	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รับสายลูกค้าที่ติดต่อเข้ามาทางบริษัท</li> <li>- ทำใบเสนอการติดตั้งป้ายโฆษณา Solex</li> <li>- สรุปการติดตั้งป้ายโฆษณา</li> <li>- ตัดรูปสินค้าในโปรแกรม Photoshop CS6</li> </ul>
สัปดาห์ที่ 10	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตัดรูปในโปรแกรม Photoshop CS6</li> <li>- รับสายลูกค้าที่ติดต่อเข้ามาทางบริษัท</li> </ul>
สัปดาห์ที่ 11	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รับสายลูกค้าที่ติดต่อเข้ามาทางบริษัท</li> <li>- ติดต่อรูปสินค้าในเว็บ <a href="http://www.canva.com">www.canva.com</a></li> <li>- เช็คลินค้าที่ใช้ในการออกบูธ</li> </ul>
สัปดาห์ที่ 12	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รับสายลูกค้าที่ติดต่อเข้ามาทางบริษัท</li> <li>- ตัดรูปสินค้าในโปรแกรม Photoshop CS6</li> </ul>
สัปดาห์ที่ 13	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ออกบูธงานแสดงสินค้า งานบ้านและสวน ณ ไบเทคบางนา</li> </ul>
สัปดาห์ที่ 14	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ออกบูธงานแสดงสินค้า งานบ้านและสวน ณ ไบเทคบางนา</li> </ul>
สัปดาห์ที่ 15	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รับสายลูกค้าที่ติดต่อเข้ามาทางบริษัท</li> <li>- ทำใบเสนอการติดตั้งป้ายโฆษณา Solex</li> </ul>
สัปดาห์ที่ 16	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ทำใบเสนอการติดตั้งป้ายโฆษณา Solex</li> <li>- สรุปการติดตั้งป้ายโฆษณา</li> </ul>

### 3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

#### 3.8.1 คุณสมบัติของฮาร์ดแวร์

3.8.1.1 คอมพิวเตอร์

3.8.1.2 อุปกรณ์สำนักงาน

3.8.1.3 โทรศัพท์มือถือ

#### 3.8.2 คุณสมบัติของซอฟต์แวร์

3.8.2.1 โปรแกรม Microsoft office Excel

3.8.2.2 โปรแกรม Microsoft office Word

3.8.2.3 โปรแกรม Adobe Photoshop CS6

3.8.2.4 เว็บ [www.canva.com](http://www.canva.com)





## บทที่ 4

### ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ

จากการที่ผู้จัดทำได้ไปปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ บริษัท โซเล็กซ์ อินเตอร์ เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่ดำเนินกิจการด้านการผลิต กระจาย อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์และ อุปกรณ์ประดับยนต์ ทำให้ต้องทราบเกี่ยวกับรายละเอียดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือสื่อที่ใช้ในการขาย ที่อำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ผู้จัดทำได้ศึกษาหัวข้อ สื่อที่ใช้ในการขายของบริษัท โซเล็กซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 4.1 สื่อการโฆษณา

ลักษณะรูปแบบป้ายโฆษณาของบริษัทประกอบด้วย

- 4.1.1 แบบป้ายอลูมิเนียมโลหะ
- 4.1.2 แบบป้ายผ้าใบ
- 4.1.3 แบบป้าย X Stan , Backdrop
- 4.1.4 แบบป้าย บอกข้อมูลรายละเอียดสินค้า Sticker พลาจูด
- 4.1.5 แบบป้าย Logo กล่องไฟ

Artwork Desing  
Banner Solex @ Marketing


- 1.แบบป้ายอลูมิเนียม โลหะ
- 2.แบบป้ายผ้าใบ,Sticker
- 3.แบบป้าย X Stan , Backdrop
- 4.แบบป้าย บอกข้อมูลรายละเอียดสินค้า Sticker พลาจูด
5. ป้าย Logo กล่องไฟ



รูปที่ 3.4 รวมรูปแบบป้ายโฆษณา Artwork ของ Solex

### ขั้นตอนในการติดต่อสื่อสารการทำป้ายโฆษณา Artwork ของ Solex




 บริษัท โซเล็กซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด  
 626, 628 ถ.บางขุนเทียน-ชายทะเล แขวงท่าข้าม เขตบางขุนเทียน กทม. 10150  
 Tel.(02)897-3917 ,061-871-9666 Fax.02- 416-9138  
 www.solextoplock.com,E-mail:solextoplock\_mkt@hotmail.com


งานโฆษณาปี 2562-22 วันที่ 06/07/62

**บันทึกภายใน**

เรียน. คุณนนทา , คุณศิริลักษณ์ , คุณเอกพันธ์ <sup>3</sup>  
 เรื่อง <sup>4</sup>  
 เจ้าของร้าน <sup>5</sup>  
 ที่อยู่ <sup>6</sup>  
 ลुकค่า <sup>7</sup>

<sup>8</sup>

**\*\* ติดตั้งป้ายขนาด \*\***




หมายเหตุ - ข้างเจกติดตั้ง Tel.086-0570413, 087-9068918 วันที่ <sup>10</sup>  
 นักศึกษาฝึกงาน บันทึกข้อมูล <sup>11</sup> <sup>12</sup>  
 คุณเอกพันธ์ / คุณศศิวิมล อนุมัติ

รูปที่ 3.5 เอกสารการอนุมัติป้ายโฆษณา

รายละเอียดของในเอกสาร

1. เลขที่ใบงาน: เลขที่อ้างอิงเอกสาร
2. วันที่: วัน/เดือน/ปีที่ใช้ในการกรอกเอกสาร
3. เรียน: ชื่อผู้บริหารที่มีอำนาจในการตัดสินใจ
4. เรื่อง: เสนอการติดตั้ง/เปลี่ยน ป้ายโฆษณา Solex
5. เจ้าของร้าน: ชื่อเจ้าของร้านที่ขอป้ายโฆษณาของบริษัท
6. ที่อยู่: ที่อยู่ของเจ้าของร้าน
7. ลูกค้า: ชื่อเซลล์ที่ทำการติดต่อกับลูกค้า/ร้านค้า
8. ขนาด: ขนาดของป้ายที่ใช้สำหรับติดหน้าร้าน
9. รูปภาพ: รูปภาพหน้าร้านเพื่อให้ผู้บริหารพิจารณาว่าทำเลที่ตั้งของร้านค้าดีหรือไม่ ถ้าทำเลที่ตั้งดีก็จะเป็นการ โปร โหมคบริษัทและสินค้าไปในตัว
10. หมายเหตุ: ชื่อช่างที่ไปติดตั้งให้กับทางร้านค้า
11. ผู้บันทึกข้อมูล: ชื่อของพนักงาน
12. ผู้อนุมัติ: ผู้บริหาร



**SOLEX**  
TOP SECURITY LOCKS

บริษัท โซเล็กซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด  
626, 628 ถ.บางขุนเทียน-ชายทะเล แขวงท่าข้าม เขตบางขุนเทียน กทม. 10150  
Tel.(02)897-3917,061-871-9666 Fax.02- 416-9138  
www.solexlock.com,E-mail:solexlock\_mkt@hotmail.com

---

1 **บันทึกภายใน ปี 62/20-22**

2 วันที่ 09/07/2562

เรียน คุณบัณฑิต , คุณศิริลักษณ์ ,คุณเอกพันธ์ 3

เรื่อง 4 **ติดตั้งโดย** ช่างเจก **Tel.** 086-0570413 **ติดตั้งวันที่** 09/07/62 5


6 **อัตราค่าเดินทาง (ไมล์รถ)**

0-100 km.	Km. ราคา 12 บาท
101-300 km.	Km. ราคา 10 บาท
301 km.	Km. ราคา 8 บาท


7

ลำดับ	รายการ	จำนวน	ราคา/หน่วย	ราคารวม
1	ค่าน้ำมันรถไป-กลับ รวมไมล์รถ 190 km.	100	12	1,200.00
		90	10	900.00
		0	8	-
<b>ราคาสุทธิ</b>				<b>2,100.00</b>
2	ค่าแรงเหมาจ่ายติดตั้งป้ายโฆษณางานต่างๆ solex			1,000.00
	ร้าน			1,358.00
	ไร่			1,940.00
	หจก.			
<b>ราคาสุทธิ (หัก ณ ที่จ่าย 3 % แล้ว)</b>				<b>4,298.00</b>
<b>รวมจ่ายสุทธิ</b>				<b>6,398.00</b>

8 **ไมล์รถไปติดตั้ง**



**ไมล์รถกลับจากติดตั้ง**



นักศึกษาฝึกงาน บันทึกข้อมูล 9

10

คุณเอกพันธ์/คุณศศิวิมล อนุมัติ

รูปที่ 3.6 เอกสารสรุปค่าน้ำมันรถเดินและค่าแรงติดตั้งป้ายโฆษณา

รายละเอียดช่องในเอกสารสรุปค่าน้ำมันรถเดินและค่าแรงติดตั้งป้ายโฆษณา

1. เลขที่ใบงาน: เลขที่อ้างอิงเอกสาร
2. วันที่: วัน/เดือน/ปีที่ในการกรอกเอกสาร
3. เรียน: ชื่อผู้บริหารที่มีอำนาจในการตัดสินใจ
4. เรื่อง: สรุปค่าน้ำมันรถเดินและค่าแรงติดตั้งป้ายโฆษณา
5. ติดตั้งโดย: ชื่อช่างที่ไปติดตั้งป้ายโฆษณา
6. อัตราค่าเดินทาง: ค่าน้ำมันรถจะคิดตามเรทที่กำหนดไว้  
0-100 km Km. ราคา 12 บาท  
101-300 km Km. ราคา 10 บาท  
301 km Km. ราคา 8 บาท
7. รายการ: ตารางการคำนวณค่าใช้จ่าย
8. รูป: รูปภาพยืนยัน
9. ผู้บันทึกข้อมูล: ชื่อของพนักงาน
10. ผู้อนุมัติ: ผู้บริหาร



รูปที่ 3.7 ตัวอย่างร้านค้าที่ติดป้ายขอมุมนิยมโลหะ



รูปที่ 3.8 ตัวอย่างร้านค้าที่ติดป้ายโฆษณา logo กล่องไฟ





รูปที่ 3.9 ตัวอย่างร้านที่ติดป้ายผ้าใบ



รูปที่ 3.10 ตัวอย่างแบบป้าย X Stan , Backdrop

## 4.2 อุปกรณ์บ้านและอุปกรณ์ระดับยนต์



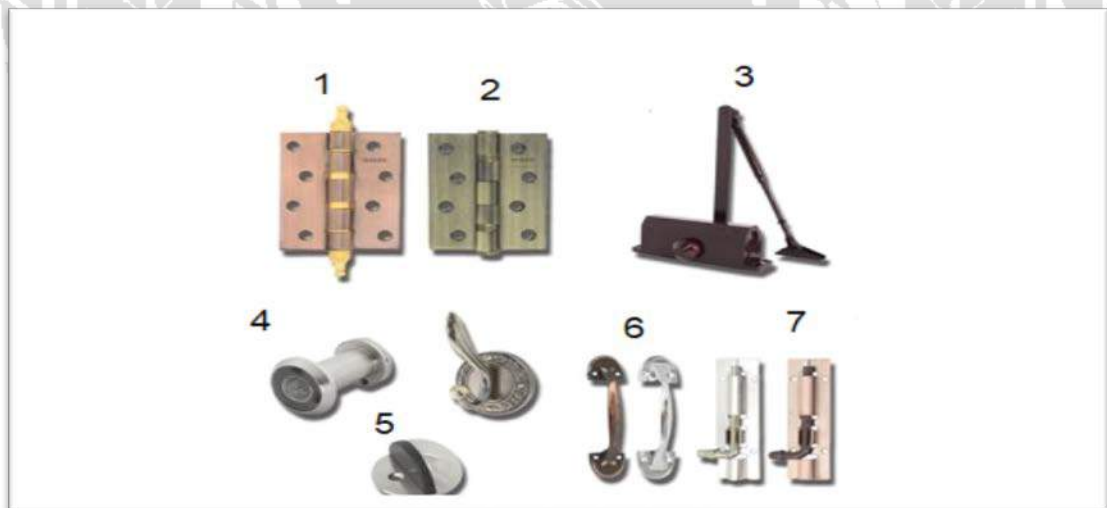
รูปที่ 3.11 รูปแบบกุญแจคล้อง

- |  |  |
|--|--|
| 1. กุญแจคล้อง                                      | รุ่น SL 99 ราคา (ห่วงสั้น65 บาท)(ห่วงยาว125 บาท) |
| 2. กุญแจสายชู                                      | รุ่น LM Water Proof Padlock ราคา 180 บาท         |
| 3. กุญแจคล้องตามิเนท LM-Series (Laminated Padlock) | ราคา (ห่วงสั้น 145 บาท)(ห่วงยาว 155 บาท)         |
| 4. กุญแจสายชู                                      | รุ่น H-Series (Hammer Padlock) ราคา 170 บาท      |
| 5. กุญแจรหัส TSA                                   | รุ่น TSA33W ราคา 169 บาท                         |
| 6. กุญแจรหัส TSA                                   | รุ่น TSA33 ราคา 110 บาท                          |
| 7. กุญแจรหัส TSA                                   | ราคา 175 บาท                                     |
| 8. กุญแจรหัส                                       | รุ่น KH ราคา 139 บาท                             |
| 9. กุญแจรหัส                                       | รุ่น CB ราคา 169 บาท                             |
| 10. กุญแจรหัส                                      | รุ่น 45 ราคา 169 บาท                             |
| 11. กุญแจรหัส                                      | รุ่น C9 ราคา 169 บาท                             |



รูปที่ 3.12 รูปแบบ Digital Door Lock

- |                              |                 |
|------------------------------|-----------------|
| 1. กุญแจระบบดิจิตอล FCK 7931 | ราคา 16,900 บาท |
| 2. กุญแจระบบดิจิตอล FCK 7930 | ราคา 14,500 บาท |
| 3. กุญแจระบบดิจิตอล PCK 177  | ราคา 8,900 บาท  |



รูปที่ 3.13 รูปแบบอุปกรณ์ติดตั้ง

- |                          |                        |
|--------------------------|------------------------|
| 1. บานพับแกนใหญ่         | รุ่น 4315 ราคา 200 บาท |
| 2. บานพับแกนใหญ่หัวเรียบ | รุ่น 4315 ราคา 180 บาท |
| 3. โฉ้ค้อพประตุ          | ราคา 585 บาท           |
| 4. ตาแมว                 | ราคา 85 บาท            |

- |                     |             |
|---------------------|-------------|
| 5. ก้านชนครึ่งวงกลม | ราคา 85 บาท |
| 6. มือจับ           | ราคา 69 บาท |
| 7. กลอน             | ราคา 59 บาท |



รูปที่ 3.14 รูปแบบอุปกรณ์เครื่องมือ

- |                            |              |
|----------------------------|--------------|
| 1. ครีมลือคจุด             | ราคา 330 บาท |
| 2. ครีมช่างไฟฟ้า           | ราคา 180 บาท |
| 3. ค้อน                    | ราคา 250 บาท |
| 4. กรรไกรสแตนเลสตัดกิ่งไม้ | ราคา 180 บาท |
| 5. กรรไกรตัดหญ้า           | ราคา 510 บาท |
| 6. ปืนลม T-700             | ราคา 400 บาท |
| 7. ปลีอกชุด                | ราคา 900 บาท |



รูปที่ 3.15 รูปแบบอุปกรณ์จักรยานยนต์

- |                       |                        |
|-----------------------|------------------------|
| 1. ล็อคโซ่มอเตอร์ไซค์ | รุ่น 6025 ราคา 540 บาท |
| 2. ล็อคคิสมอเตอร์ไซค์ | รุ่น 9030 ราคา 530 บาท |
| 3. ล็อคโซ่            | รุ่น 6019 ราคา 550 บาท |
| 4. ล็อคคิสมอเตอร์ไซค์ | รุ่น 9025 ราคา 355 บาท |
| 5. เคเบิลล๊อค         | ราคา 240 บาท           |
| 6. เคเบิลล๊อค         | รุ่น รหัส ราคา 450 บาท |



รูปที่ 3.16 รูปแบบอุปกรณ์รถยนต์

- |                            |               |
|----------------------------|---------------|
| 1. ชุดล๊อคล้อ              | ราคา 1900 บาท |
| 2. กุญแจล๊อคครัซ AM999     | ราคา 950 บาท  |
| 3. กุญแจล๊อคครัซ รุ่น J193 | ราคา 940 บาท  |

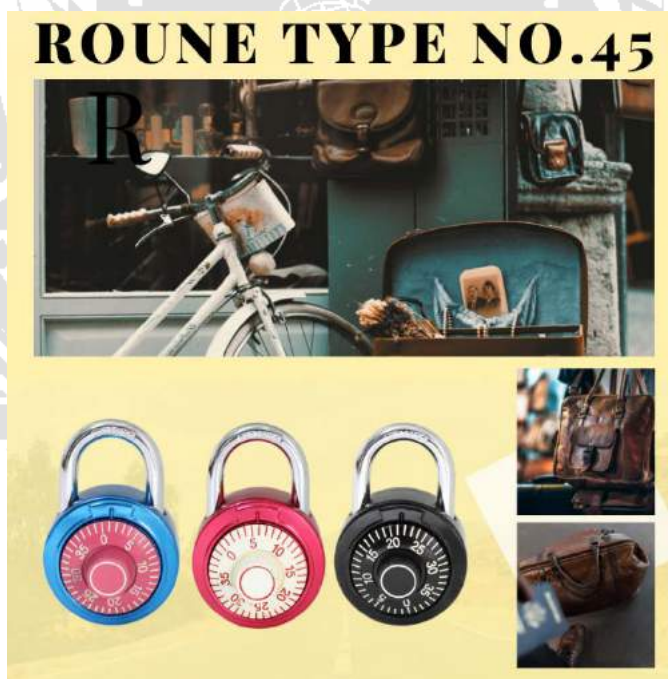
#### 4.3 ออกแบบภาพลงเว็บไซต์และสื่อออนไลน์

4.3.1 การออกแบบ หมายถึง การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ หรือปรับปรุงดัดแปลงสิ่งที่มีอยู่ให้ดีขึ้น และมีรูปแบบที่เปลี่ยนไปจากเดิม การถ่ายทอดรูปแบบจากความคิดออกมาเป็นผลงาน ที่ผู้อื่นสามารถมองเห็น รับรู้ หรือสัมผัสได้

4.3.2 สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อดิจิทัลที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคม (Social Tool) เพื่อใช้สื่อสารระหว่างกันเครือข่ายทางสังคม (Social Network) ผ่านทางเว็บไซต์ และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อใด ๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยเน้นให้ผู้ใช้ทั้งที่เป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารมีส่วนร่วม (Collaborative) อย่างสร้างสรรค์ ในการผลิตเนื้อหาขึ้นเอง (User-Generate Content: UGC) ในรูปของข้อมูล ภาพ และเสียง

#### 4.3.3 ช่องทางการประชาสัมพันธ์และการ โพรโมทลงบนเว็บไซต์ มีดังนี้

- 4.3.3.1 Facebook
- 4.3.3.2 Instagram
- 4.3.3.3 เว็บไซต์ Shopee
- 4.3.3.4 เว็บไซต์ Lazada
- 4.3.3.5 [www.solexonline.com](http://www.solexonline.com)



รูปที่ 3.17 ตัวอย่างการออกแบบภาพ



รูปที่ 3.18 ตัวอย่างการออกแบบภาพ

การออกแบบภาพจะออกแบบด้วย โปรแกรม Photoshop CS6 และเว็บCanva ทางบริษัทจะเน้นสินค้าเป็นหลักเพื่อให้สินค้าเป็นจุดเด่นแต่ก็จะมีการปรับภาพให้ดูน่าสนใจโดยการเพิ่ม Background ให้มีสีสันน่าสนใจและดึงดูดมากขึ้น ในรูปตัวอย่างเป็นกุญแจรหัสใช้สำหรับล็อคกระเป๋าต่างๆ อาทิเช่น กระเป๋าเดินทางหรือBackpack กุญแจรหัสเหมาะสำหรับคนที่ชอบท่องเที่ยวหรือเดินทางบ่อย ๆ เพื่อป้องกันความปลอดภัยและทรัพย์สินแบบ2เท่า



รูปที่ 3.19 รูปตัวอย่างในเพจ Facebook Solex

กุญแจล็อกดิสเบรกมอเตอร์ไซค์ SOLEX สามารถใช้ได้กับรถทุกรุ่นที่มีดิสเบรกและแกนล็อกหน้า หมุนได้อิสระ ป้องกันการเกิดโจรกรรมได้ การใช้งานทนทาน เมื่อทำการล็อกแล้วจะไม่มีพื้นที่ให้เลื้อยหรือตัดกุญแจ ตัวล็อกกุญแจมีขนาดเล็กกระทัดรัดน้ำหนักเบาพกพาง่ายและเมื่อไม่ได้ใช้งานสามารถเก็บไว้ในพื้นที่ดังนี้ อาทิเช่น กระเป๋าคาดท้าย ใต้เบาะรถมอเตอร์ไซค์ เป็นต้น



**SOLEX**

นวัตกรรมใหม่เพื่อชีวิตที่ปลอดภัยยิ่งขึ้น

เหล็ก MOLYBDENUM STEEL ชุบแข็งอย่างดี  
แข็งแรง ทนต่อการตัด, เลื่อย

ระบบการล็อกแบบแผ่น (Disc Mechanism)  
ป้องกันกุญแจผี 100%  
ไม่สามารถสะเดาะกุญแจได้  
แผ่นรหัสเป็นสแตนเลส ทนต่อการกัด

MASTERKEY

LM-Series (Laminted Padlock)  
กุญแจคล้อง รุ่น LM ลามิเนท (คอสัน) LM ลามิเนท (คอยาว)

รูปที่ 3.20 รูปตัวอย่างในเว็บ Shopee

LM-Series (Laminted Padlock) กุญแจคล้อง รุ่น LM ลามิเนท

เป็นกุญแจที่ผลิตมาจากวัสดุโลหะคุณภาพดี ซึ่งมีคุณสมบัติทางด้านความแข็งแรงทนทาน การออกแบบสวยงาม สามารถนำไปใช้งานที่หลากหลาย เช่น การนำไปล็อคประตูห้องเก็บของ หรือห้องพัสดุทั่วไป หรือ ตามความเหมาะสมของผู้ใช้งานแบ่งออกเป็น 2 รุ่น

1. กุญแจคล้องรุ่น LM (Laminated Padlock) จะ ได้แก่รุ่น LM-Series (ห้วงคล้องกุญแจสั้น)
2. กุญแจคล้องรุ่น LM-Series (ห้วงคล้องกุญแจยาว)

เที่ยวสบายใจ  
สัมภาระปลอดภัย

<http://www.solexonline.com>

ไอ้ใจ SOLEX Travel Lock

 Solextoplock
  @Solextoplock
  Solexthailand
 

รูปที่ 3.21 รูปตัวอย่างในเว็บ Lazada

กุญแจรหัส TSA รุ่น TSA33 (Solex Travel Lock)

เป็นอีกทางเลือกหนึ่งด้านความปลอดภัย การเปิด - ปิดการใช้งานโดยการตั้งรหัสตัวเลข 4 หลัก โดยไม่ต้องใช้ลูกกุญแจไข สามารถตั้งรหัสได้เองมากกว่า 10,000 รหัส เหมาะสำหรับการถือกระเป๋าต่างๆ เช่น กระเป๋าเดินทางหรือBackpack กุญแจรหัสเหมาะสำหรับคนที่ชอบท่องเที่ยวหรือเดินทางบ่อย ๆ เพื่อป้องกันการเกิดโจรกรรมและทรัพย์สิน



รูปที่ 3.22 รูปตัวอย่างในเว็บโซลี้กซ์ออนไลน์

เป็นภาพการโปรโมตการแสดงผลและการขายสินค้าครบวงจรที่เกี่ยวกับบ้านและสวน การจัดงานยิ่งใหญ่กว่าทุกปี ทั้งเชิง DESIGN LIVING และ OUTDOOR LIVING รวมทั้งนิทรรศการ กิจกรรมให้ความรู้ และ ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย ให้ความเพลิดเพลินแก่คนรักบ้าน ประชูดังเดินเข้าไปนิตยสาร “บ้านและสวน”

#### 4.4 การออกบูธและการจัดงานแสดงสินค้า

4.4.1 บริษัท โซลีสติก อินเทอร์เน็ต (ประเทศไทย) จำกัด ได้เข้าร่วมงานบ้านและสวน แฟร์ ประจำปี 2019 ณ ไบเทคบางนา ซึ่งงานนี้เป็นงานเกี่ยวกับอุปกรณ์บ้านและสวนทั้งหมด เหล่า นักช้อปและคนรักบ้านไม่ควรพลาดที่จะมาเดินเที่ยวชมในงาน

4.4.2 ปัจจุบันนี้ผู้ประกอบการของไทยจำนวนมาก ได้หันมาสนใจร่วมออกงานแสดงสินค้า เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก โดยสาเหตุที่การออกงานแสดงสินค้าทั้งในประเทศ และต่างประเทศได้รับความนิยม ก็เพราะเป็นกิจกรรมทางการตลาด ที่มองเห็นผลตอบแทนที่ชัดเจนและวัดได้ง่ายกว่าการใช้โฆษณา การประชาสัมพันธ์ หรือการทำตลาดในแบบอื่น ๆ

#### 4.4.3 ประโยชน์ของการออกบูธมี 7 ประการดังนี้

##### 4.4.3.1 เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ

การออกบูธแสดงสินค้าหรือบริการถือเป็นการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ สินค้าและบริการได้ดีมากที่สุดวิธีหนึ่ง เพราะองค์ประกอบที่จะทำให้การ โฆษณา และประชาสัมพันธ์ได้ผลคือสาระสำคัญของสารต้องถูกส่งผ่านไปยังผู้รับสารเป็น จำนวนมาก ซึ่งการไปออกบูธแสดงสินค้าหรือบริการตามนิทรรศการหรืองาน เทศกาลต่างๆ สามารถตอบโจทย์ข้อนี้ได้เป็นอย่างดี

##### 4.4.3.2 เพื่อเพิ่มช่องทางในการขาย

เป็นอีกหนึ่งช่องทางการค้าขายสินค้าหรือบริการที่น่าสนใจมาก เพราะ แม้ว่าช่วงระยะเวลาในการจัดงานจะน้อยและไม่ใช่ช่องทางการขายสินค้าหรือ บริการที่มั่นคงถาวร แต่นิทรรศการและงานที่จัดขึ้นก็มักเป็นแหล่งชุมนุมของ บรรดาลูกค้าชั้นดีที่ต่างแห่มาร่วมงาน

##### 4.4.3.3 เพื่อโชว์ศักยภาพธุรกิจ

การออกบูธแสดงสินค้าและบริการถือเป็น โอกาสทองในการแสดง ศักยภาพสินค้า บริการ หรือการดำเนินงานของบริษัทนั้น ๆ อีกด้วย เพราะสามารถ เข้าถึงและสื่อสารกับผู้คน ได้เป็นจำนวนมาก นอกจากนี้เจ้าของกิจการทั้งหลายยัง สามารถใช้การออกบูธแสดงสินค้าเป็นช่องทางเพื่อเก็ทกับคู่ต่อสู้ที่ทั้งไม่ได้มาและ มาออกบูธงานเดียวกันได้อีกด้วย

#### 4.4.3.4 เพื่อหาคุณค่าทางธุรกิจ

การออกบูธแสดงสินค้าและบริการนอกจากจะได้พบลูกค้ารายย่อยแล้ว ยังมีโอกาสพบลูกค้าทางธุรกิจอีกด้วย เพราะในปัจจุบันงานมหกรรมแสดงสินค้าและบริการต่างๆ ได้แบ่งกำหนดการให้มีวันและช่วงเวลาสำหรับนักธุรกิจ โดยเฉพาะ เพื่อเปิดโอกาสให้พบปะพูดคุยและหาคุณค่าทางธุรกิจ ซึ่งส่วนมากแล้ว มักเป็นวันแรกๆ จึงกลายเป็นโอกาสสำคัญให้ผู้ประกอบการได้พบปะพูดคุยและทำสัญญาธุรกิจกับลูกค้าได้โดยตรง ซึ่งโอกาสดังกล่าวช่วยให้ผู้ประกอบการและนักธุรกิจทั้งหลายสามารถลดต้นทุนของตนเองลงได้อันเนื่องมาจากได้พบเจอกับเจ้าของปัจจัยการผลิตรายอื่น ๆ

#### 4.4.3.5 เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลกับลูกค้าและกลุ่มธุรกิจ

เป็นการสื่อสารสองทางที่ผู้ประกอบการสามารถรับฟังความคิดเห็นจากลูกค้าและลูกค้าทางธุรกิจ และสามารถแนะนำสินค้าและบริการกลับคืนสู่ทั้งลูกค้าและลูกค้าอีกด้วย สิ่งนี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการได้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ซึ่งสามารถนำกลับมาใช้พัฒนาธุรกิจได้ในอนาคต

#### 4.4.3.6 เพื่อสำรวจตลาดและคู่แข่ง

การออกบูธสินค้าและบริการนอกจากจะทำให้ผู้ประกอบการได้พบกับลูกค้าและลูกค้าทางธุรกิจแล้ว ยังถือเป็นโอกาสดีที่จะทำให้ผู้ประกอบการได้พบกับคู่แข่งด้วย จึงเป็นช่วงสำคัญและมีประโยชน์อย่างมากเพราะผู้ประกอบการสามารถสำรวจตรวจสอบความก้าวหน้าของกลุ่ม และสามารถสำรวจตลาดไปในตัวได้อีกด้วย

#### 4.4.3.7 เพื่อสร้างฐานข้อมูลลูกค้า

แม้ผู้ประกอบการจะไม่มีสินค้าหรือบริการไปออกบูธแสดงสินค้าแม้แต่ชิ้นเดียว แต่ผู้ประกอบการก็ควรต้องไปออกบูธทำงานเพื่อเป็นการสร้างฐานข้อมูลของลูกค้าผู้บริโภค ไม่มีโอกาสไหนแล้วที่ผู้บริโภคจะรวมตัวกันมากขนาดนี้ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรฉวยโอกาสนี้ไปออกบูธแสดงสินค้าและบริการด้วยประการทั้งปวง แม้ไม่ได้ตัวเงินกลับมา อย่างน้อยก็ขอให้ได้ฐานข้อมูลลูกค้าก็ยังดี เพราะบางครั้งข้อมูลเหล่านี้อาจมีค่าและประโยชน์มากกว่าเงินเสียอีก

## บทที่ ๕

### สรุปผลและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลโครงการ

ผลสรุปโครงการหลังจากที่ได้ออกแบบสื่อโฆษณาภาพลงเว็บไซต์และศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าทำให้สามารถออกแบบสื่อโฆษณาการขายสินค้าเกี่ยวกับอุปกรณ์ประดับยนต์และอุปกรณ์บ้านของบริษัท โซเล็กซ์ อินเตอร์เนชันแนล (ประเทศไทย) จำกัด ทำให้มีความเข้าใจและสามารถออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโฆษณากลางแจ้ง สื่ออินเทอร์เน็ตและออกบูธต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจในข่าวสารได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว และสามารถกระตุ้นยอดขายเพิ่มยอดขายได้มากขึ้น

#### 5.2 ข้อจำกัดหรือปัญหาโครงการ

- 5.2.1 ต้องใช้เวลาศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลสินค้าที่จะนำมาลงสื่อที่ใช้ในการขาย
- 5.2.2 ต้องเรียนรู้เกี่ยวกับโปรแกรมที่ใช้ในการทำงาน
- 5.2.3 การปฏิบัติงานจริงไม่ได้เป็นไปตามกระบวนการขั้นตอนหรือแบบแผนทุกครั้งไป

#### 5.3 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจ

จากที่นักศึกษาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ บริษัท โซเล็กซ์ อินเตอร์เนชันแนล (ประเทศไทย) จำกัด ทำให้ได้รับประสบการณ์หลังการทำงานและขั้นตอนในการทำงาน ไม่ว่าจะเป็นการออกบูธ การขายสินค้า การรับโทรศัพท์ การออกแบบภาพ การใช้สื่อในการขาย พนักงานที่ปรึกษาให้คำแนะนำ และช่วยเหลือเป็นอย่างดีไม่ว่าจะเป็นการสอนงานหรือการตอบคำถามต่างๆทำให้งานที่ได้รับมอบหมายผ่านไปด้วยดี การฝึกงานครั้งนี้ทำให้มีความรับผิดชอบในหน้าที่มากขึ้นและยังสามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันอีกด้วย

##### 5.3.1 ข้อดีของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

- 5.3.3.1 ได้เรียนรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานจริงและการแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าได้ทันที
- 5.3.3.2 ได้เรียนรู้เกี่ยวกับการมีระเบียบวินัยในการทำงานและการตรงต่อเวลา ทำให้มีความรับผิดชอบในหน้าที่มากขึ้น
- 5.3.3.3 ได้เรียนรู้เกี่ยวกับการทำงานร่วมกับผู้อื่นข้อเสนอแนะ

5.3.3.4 ควรจัดอบรมให้นักศึกษาที่ไปฝึกงานเพราะจะได้ทราบเกี่ยวกับตัวสินค้า  
เพื่อให้นักศึกษานำไปใช้ในการทำงาน

5.3.3.5 ต้องมีความรอบคอบในการทำงาน และปฏิบัติตามไหวพริบที่จะสามารถ  
แก้ไขสถานการณ์ในเมืองต้นแบบทันทีทันใด

### 5.3.2 ปัญหาที่พบของการปฏิบัติงานสหกิจ

5.3.3.1 ขาดความวางตัวอยู่ร่วมกับผู้อื่น

5.3.3.2 ขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้อุปกรณ์เครื่องมือในสำนักงาน

5.3.3.3 ขาดประสบการณ์ในการปฏิบัติงานเกี่ยวกับข้อมูลที่จะนำมาใช้  
ในการทำสื่อในการขายทำให้งานล่าช้าในช่วงแรก

### 5.4 ข้อเสนอแนะจากการทำโครงการสหกิจ

5.4.1 ควรเร่งเรียนรู้งานและกฎระเบียบข้อบังคับของบริษัทฯ

5.4.2 ควรฝึกทักษะการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานให้คล่องแคล่ว

5.4.3 ควรทำความรู้จักคุ้นเคยกับเพื่อนร่วมงานทั้งในหน่วยงานและต่าง  
หน่วยงาน จะมีส่วนช่วยให้งานเดินไปได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น

## บรรณานุกรม

- จิตภา ทัดหอม. (2558). การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ความไว้วางใจและคุณภาพของระบบสารสนเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook Live) ของผู้บริโภคอนไลน์ในกรุงเทพมหานคร. เข้าถึงได้จาก [http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2478/1/jidapa\\_thad.pdf](http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2478/1/jidapa_thad.pdf)
- ธนัญญา สาริกบุตร. (2556). การวิเคราะห์เนื้อหาป้ายโฆษณาบนถนนริมทางเท้าส่งผลต่อการรับรู้และการจดจำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. เข้าถึงได้จาก [http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1168/1/Thanattha\\_Sari.pdf](http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1168/1/Thanattha_Sari.pdf)
- นุชจรินทร์ ชอบดำรงธรรม, วรางคณา อิศรประเสริฐ และ สุภิญญา ญาณสมบุรณ์. (2554). อิทธิพลสื่อโฆษณาในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่มีผลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค. เข้าถึงได้จาก <http://ejournals.swu.ac.th/index.php/swurd/article/view/1820>
- พงษ์พิพัฒน์ สายทอง. (2557). ความหมายและประเภทของสื่อสังคมออนไลน์. เข้าถึงได้จาก <http://smforedu.blogspot.com/2014/02/blog-post.html>
- Google Sites. (2562). การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย. เข้าถึงได้จาก <https://sites.google.com/site/basicseling/hnwy-thi-4>
- Stou. (2562). ความหมายและความสำคัญของการโฆษณา. เข้าถึงได้จาก <https://www.stou.ac.th/Stouonline/Lom/data/sms/market/Unit7/Subm1/U711-1.htm>



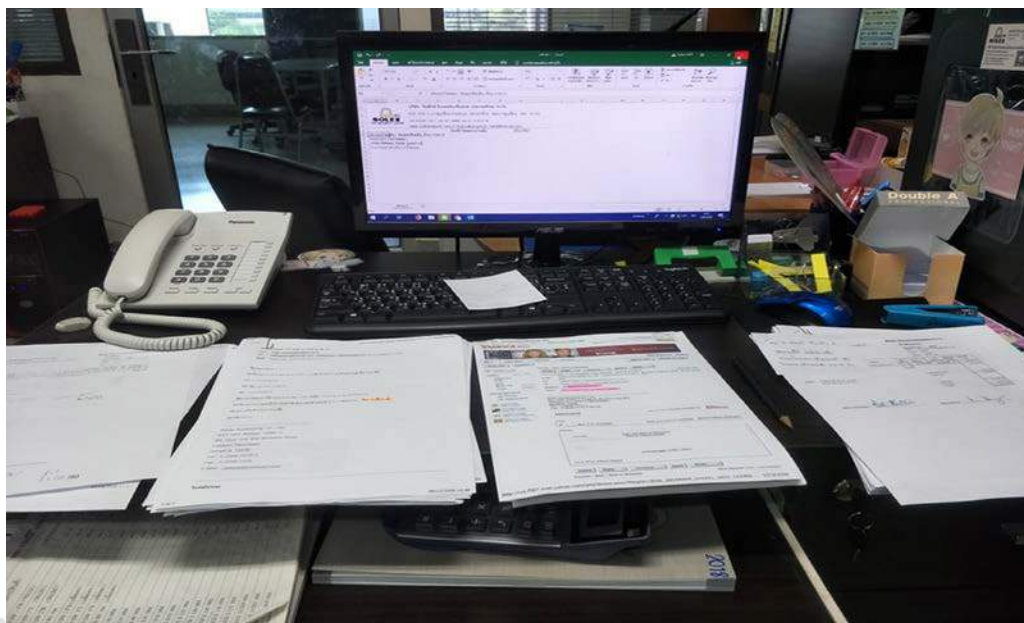


# ภาคผนวก

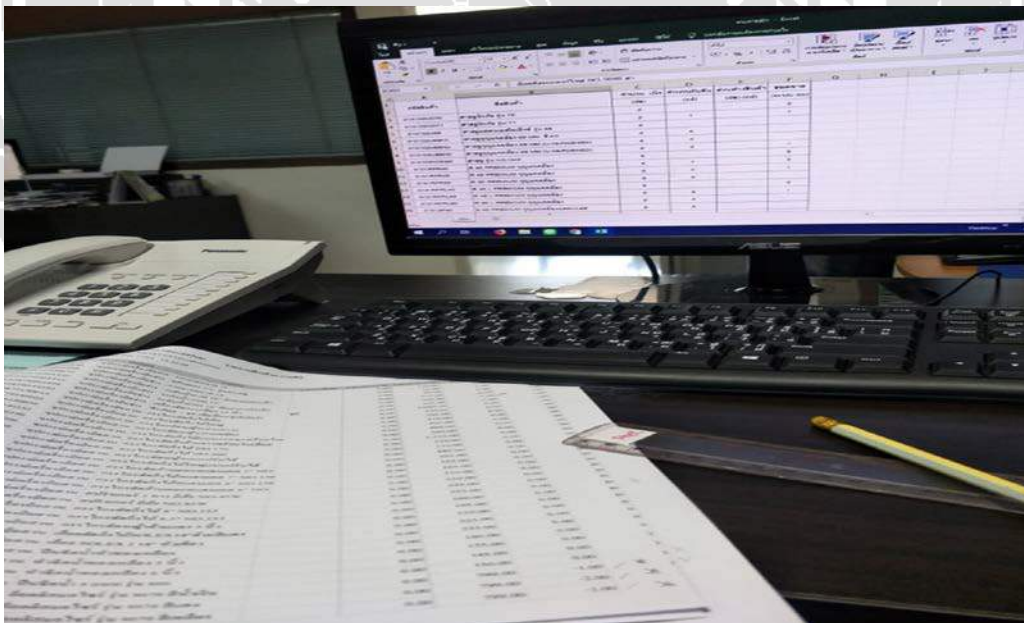


**ภาคผนวก ก**

**ภาพการปฏิบัติงานสหกิจ**



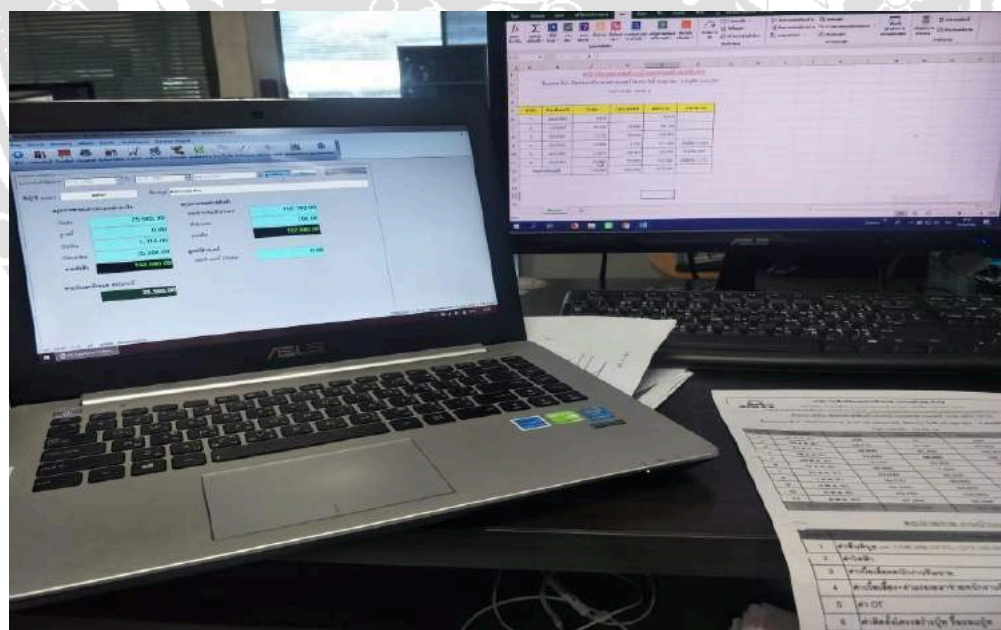
รูปที่ ก.1 การทำใบเสนอการทำป้ายโฆษณาของบริษัท โชนี้โก้



รูปที่ ก.2 การลิสต์รายการสินค้าของบริษัท โชนี้โก้ที่จะนำไปใช้ออกบิล



รูปที่ ก.3 การจัดงานแสดงสินค้าบ้านและสวนแฟร์ 2019 ณ ไบเทค บางนา



รูปที่ ก.4 พิมพ์ใบสรุปยอดขายการไปออกนุชงานบ้านและสวนแฟร์



รูปที่ ก.5 อาจารย์ที่ปรึกษาออกนิเทศนักศึกษาสหกิจศึกษา ณ บริษัท โซเล็ก



ภาคผนวก ข

บทความวิชาการ

# สื่อที่ใช้ในการขายของบริษัท โซเล็กซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด

## Sales Promoting Media of Solex International Co., Ltd

นางสาว บุษกร สัมสมศักดิ์ 5904300303

ภาควิชา การตลาด คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยสยาม 235 ถนนเพชรเกษม เขตภาษีเจริญ กทม. 10160

Email : ked.budsakotn@gmail.com

บทคัดย่อ

Abstract

การศึกษาเรื่อง สื่อที่ใช้ในการขายของบริษัท โซเล็กซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อโฆษณาและเพื่อศึกษาวิธีการขายสินค้าเกี่ยวกับอุปกรณ์ประดับยนต์ อุปกรณ์บ้าน ของบริษัท โซเล็กซ์ ช่องทางการจำหน่าย การประชาสัมพันธ์ การวางแผนและการดำเนินงาน มีการไปรษณีย์ มดสินค้าต่างๆ ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสังคมออนไลน์ ผู้จัดทำทำป้ายโฆษณาลงเว็บเพจและเว็บไซต์เพื่อให้สินค้าเป็นที่สนใจของผู้บริโภคและสามารถเพิ่มยอดขายได้ กระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อสื่อที่เลือกใช้คือสื่ออินเทอร์เน็ตสื่อนี้สามารถแพร่กระจายข่าวสารได้อย่างรวดเร็วสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย การเลือกใช้สื่อในการขายนี้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ทำให้เกิดการกระตุ้นยอดขายและเพิ่มยอดขายสินค้า ได้เพิ่มมากขึ้น

This study aimed to investigate the use of advertising media and to study the methods of selling car accessories and home appliances of Solex International Co. Ltd. This study also investigated the company's distribution channels, public relations, planning and operations. The company promoted its products via several channels, including Internet and online media. The author prepared an ads banner on the website to attract potential customers and to increase sales and meet needs. The selected media type was the Internet, as it is an effective channel used to spread news quickly to the target group. This selected channel can respond the consumers' needs, stimulating sales and sales volumes.

คำสำคัญ : สื่อการโฆษณา, สื่อออนไลน์

Keywords: Advertising media , Solex

International , online media

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อโฆษณาของบริษัท โซเล็กซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด

2. เพื่อศึกษาวิธีการขายสินค้าเกี่ยวกับอุปกรณ์ระดับยนต์ อุปกรณ์บ้าน ของบริษัท โซเล็กซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด

### ขอบเขตของการศึกษา

1. ระยะเวลาดำเนินงาน ตั้งแต่เดือน พฤษภาคม-สิงหาคม พ.ศ.2562

2. พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา คือ เขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1 ได้ทราบการใช้สื่อโฆษณาของบริษัท โซเล็กซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด

2 รู้วิธีการเพิ่มยอดขายสินค้า โดยใช้สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโฆษณา สื่ออินเทอร์เน็ต การออกบูธ

### ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

1. วางแผนการดำเนินโครงการ

2. รวบรวมข้อมูลและแนวคิด

3. ออกแบบโครงการ

4. จัดทำโครงการ

5. ตรวจสอบโครงการ

6. จัดทำเอกสาร

### อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

#### คุณสมบัติของฮาร์ดแวร์

1. คอมพิวเตอร์

2. อุปกรณ์สำนักงาน

3. โทรศัพท์มือถือ

#### คุณสมบัติของซอฟต์แวร์

1. โปรแกรม Microsoft office Excel

2. โปรแกรม Microsoft office Word

3. โปรแกรม Adobe Photoshop CS6

4. เว็บไซต์ [www.canva.com](http://www.canva.com)

### สรุปผลโครงการ

ผลสรุปโครงการ หลังจากที่ได้ ออกแบบสื่อโฆษณาภาพลงเว็บไซต์และศึกษา ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าทำให้สามารถออกแบบ สื่อโฆษณาการขายสินค้าเกี่ยวกับอุปกรณ์ ระดับยนต์และอุปกรณ์บ้านของบริษัท โซเล็กซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด ทำให้มีความเข้าใจและสามารถออกแบบสื่อ สิ่งพิมพ์ สื่อโฆษณากลางแจ้ง สื่ออินเทอร์เน็ต และออกบูธต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความ



เข้าใจในข่าวสารได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว และสามารถกระตุ้นยอดขายเพิ่มยอดขายได้มากขึ้น

## กิตติกรรมประกาศ

### (Acknowledgement)

การที่ผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษา ณ บริษัท โซเล็กซ์ อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล (ประเทศไทย) จำกัด ตั้งแต่วันที่ 15 พฤษภาคม 2562 ถึงวันที่ 30 สิงหาคม 2562 ส่งผลให้ผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆที่มีค่ามากมาย สำหรับรายงานสหกิจศึกษานี้สำเร็จลงได้ด้วยดี จากความร่วมมือสนับสนุนจากหลายฝ่าย

ผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ ตลอดจนให้ความเข้าใจเกี่ยวกับชีวิตของการทำงานจริง ซึ่งผู้จัดทำขอขอบคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

### บรรณานุกรม

จิตภา ทัดหอม. การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ความไว้วางใจและคุณภาพของระบบสารสนเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook

Live)ของผู้บริโภคออนไลน์ในกรุงเทพฯ คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (2558)

ธนัญญา สาริกบุตร. การวิเคราะห์เนื้อหาป้ายโฆษณาบนถนนริมทางเท้าส่งผลต่อการรับรู้และการจดจำของผู้บริโภคในเขต

กรุงเทพมหานคร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (2556)

นุชจรินทร์ ชอบดำรงธรรม. อิทธิพลสื่อโฆษณาในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่มีผลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (2553)

ความหมายและความสำคัญของการโฆษณา [ออนไลน์].

<https://www.stou.ac.th/Stouonline/Lom/data/sms/market/Unit7/Subm1/U711-1.htm>

(สืบค้นวันที่ 15 กรกฎาคม 2562)

ดร. พงษ์พิพัฒน์ สายทอง. สื่อสังคมออนไลน์ [ออนไลน์].

<http://smforedu.blogspot.com/2014/02/blog-post.html> (สืบค้นวันที่ 27 มิถุนายน 2562)

นัฐกานต์. การส่งเสริมการขาย [ออนไลน์].

<https://sites.google.com/site/basicseling/hnwy-thi-4> (สืบค้นวันที่ 17 มิถุนายน 2562)

สื่อการโฆษณา [ออนไลน์].

<https://th.wikipedia.org/wiki/> (สืบค้นวันที่ 23

กรกฎาคม 2562)





ภาคผนวก ค

ไวนิล

## สื่อที่ใช้ในการขายของบริษัท โซล็กซ์ อินเตอร์เนชันแนล (ประเทศไทย) จำกัด

Sales Promotion Media of Solex International Co. Ltd.



อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์มนทิรา คันตระกูลชัย  
พนักงานที่ปรึกษา : คุณศศิวิมล ปิติเศรษฐการ  
                                คุณอมรรัตน์ โทธิ์จันทร์  
                                คุณชัยณรงค์ พลอยเสียง  
นักศึกษา : นางสาว บุษกร สังสมศักดิ์ 5504300713



### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง สื่อที่ใช้ในการขายของบริษัท โซล็กซ์ อินเตอร์เนชันแนล (ประเทศไทย) จำกัด จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อโฆษณาและเพื่อศึกษาวิธีการขายสินค้าเกี่ยวกับอุปกรณ์ประดับยนต์ อุปกรณ์บ้าน ของบริษัท โซล็กซ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย การประชาสัมพันธ์ การวางแผนและการดำเนินงาน มีการโปรโมตสินค้าต่างๆ ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสังคมออนไลน์ ผู้จัดทำได้ทำป้ายโฆษณาลงเว็บเพจและเว็บไซต์เพื่อให้สินค้าเป็นที่สนใจของผู้บริโภคและสามารถเพิ่มยอดขายได้ กระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อ สื่อที่เลือกใช้คือสื่ออินเทอร์เน็ตสื่อนี้สามารถแพร่กระจายข่าวสารได้อย่างรวดเร็วสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย การเลือกใช้สื่อในการขายนี้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ทำให้เกิดการกระตุ้นยอดขายและเพิ่มยอดขายสินค้า ได้เพิ่มมากขึ้น

คำสำคัญ : สื่อการโฆษณา, สื่อออนไลน์

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อโฆษณาของบริษัท โซล็กซ์ อินเตอร์เนชันแนล (ประเทศไทย) จำกัด
2. เพื่อศึกษาวิธีการขายสินค้าเกี่ยวกับอุปกรณ์ประดับยนต์ อุปกรณ์บ้าน ของบริษัท โซล็กซ์ อินเตอร์เนชันแนล (ประเทศไทย) จำกัด

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบการใช้สื่อโฆษณาของบริษัท โซล็กซ์ อินเตอร์เนชันแนล (ประเทศไทย) จำกัด
2. วิธีการเพิ่มยอดขายสินค้า โดยใช้สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโฆษณา สื่ออินเทอร์เน็ต การออกบูธ

## ประวัติคณະนักศึกษาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา



ชื่อ-นามสกุล: นางสาว บุษกร สังสมศักดิ์

รหัสนักศึกษา: 5904300303

ภาควิชา: การตลาด

คณะ: บริหารธุรกิจ

ที่อยู่ปัจจุบัน: 7/1 ซ.เทียนทะเล20

ถ.บางขุนเทียน-ชายทะเล แขวงแสมดำ

เขต/อำเภอ บางขุนเทียน

กรุงเทพมหานคร 10150

เบอร์โทรศัพท์: 0970386652

E-mail: ked.budsakorn@gmail.com

