



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การออกแบบสื่อและประชาสัมพันธ์กรณีศึกษา บริษัท ลอคค์ บ็อกซ์ จำกัด
Media Design and Public Relations Case Study of Lock Box CO.,LTD

โดย

นายชาญวิทย์	อมรมงคลทอง	5806400027
นายรัฐพงศ์	จรงค์ษ์	5806400024
นายภูภัทรภณ	ดวงมาลา	5806400022

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชา สหกิจศึกษา

ภาควิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2560

หัวข้อโครงการ การออกแบบสื่อและประชาสัมพันธ์กรณีศึกษา บริษัท ลอคค์ บ็อกซ์ จำกัด
Media Design and Public Relations Case Study of Lock Box CO.,LTD
รายชื่อผู้จัดทำ นายชาญวิทย์ อมรมงคลทอง
 นายรัฐพงศ์ จงรักษ์
 นายภูภัทรภณ ดวงมาลา
ภาควิชา แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ภาสกร ชนานันท์

อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาภาควิชาแอนิเมชัน
และสื่อสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยสยาม ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2560

คณะกรรมการการสอบโครงการ

..... อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์ภาสกร ชนานันท์)

..... พนักงานที่ปรึกษา

(นางสาวอินทอร ศรีทอง)

..... กรรมการกลาง

(ดร.นิตยา เกิดเข้ม)

..... ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา

(ผศ.ดร.มารุจ ลิ้มปะวัฒน์นะ)

จดหมายนำส่งรายงาน

วันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ.2561

เรื่อง ขอส่งรายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

เรียน อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา ภาควิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

อาจารย์ภาสกร ชนานันท์

ตามที่คณะผู้จัดทำ นายชาญวิทย์ อมรมงคลทอง, นายรัฐพงศ์ จงรักษ์ และ นายภูภัทรภณ ดวงมาลา นักศึกษาภาควิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม ได้ไปปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ระหว่างวันที่ 14 พฤษภาคม 2561 ถึงวันที่ 31 สิงหาคม 2561 ในตำแหน่ง นักศึกษาฝึกงาน แผนกออกแบบกราฟฟิก ณ บริษัท ลอคคัล บอกร์ จำกัด และได้รับมอบหมายจากพนักงานที่ปรึกษาให้ทำรายงานเรื่อง “การออกแบบสื่อและประชาสัมพันธ์การศึกษา บริษัท ลอคคัล บอกร์ จำกัด”

บัดนี้การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้สิ้นสุดลงแล้ว ผู้จัดทำจึงขอส่งรายงานดังกล่าวมาพร้อมกันนี้จำนวน 1 เล่ม เพื่อขอรับคำปรึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

นายชาญวิทย์ อมรมงคลทอง

นายรัฐพงศ์ จงรักษ์

นายภูภัทรภณ ดวงมาลา

นักศึกษาสหกิจศึกษาภาควิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

กิตติกรรมประกาศ
(Acknowledgement)

การที่ผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษาบริษัท ลอคคัล บอกรซ์ จำกัด ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2561 ถึงวันที่ 31 สิงหาคม 2561 ส่งผลให้คณะผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก เพื่อให้ผู้จัดทำมีศักยภาพด้านการทำงานในชีวิตประจำวันได้อย่างสมบูรณ์แบบ สำหรับรายงานสหกิจศึกษานับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี จากการร่วมมือและสนับสนุนจากหลายฝ่ายดังนี้

1. คุณยุทธโรจน์ จิตรชัยรัตน์กุล ตำแหน่ง ผู้จัดการบริหาร
2. คุณอินทอร ศรีทอง ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่ชำนาญการสื่อ โฆษณา
3. คุณนันทิยาพร กิตติมงคล ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์

และบุคคลอื่นๆที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือในการจัดทำรายงาน

ผู้จัดทำ ขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล และเป็นที่ยปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ ตลอดจนให้การดูแล และให้ความเข้าใจกับชีวิตของการทำงานจริง ซึ่งผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

คณะผู้จัดทำ

นายชาญวิทย์ อมรมงคลทอง
นายณัฐพงศ์ จงรักษ์
นายภูภัทรภณ ดวงมาลา

31 สิงหาคม 2561

ชื่อโครงการ : การออกแบบสื่อและประชาสัมพันธ์การศึกษา
บริษัท ลอคค์ บอช จำกัด

หน่วยกิตของโครงการ : 5 หน่วยกิต

รายชื่อผู้จัดทำ : นายชาญวิทย์ อมรมงคลทอง
: นายรัฐพงศ์ จงรักษ์
: นายภูภัทรภณ ดวงมาลา

อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์ภาสกร ธนานันท์

วุฒิการศึกษา : วิทยาศาสตร์บัณฑิต

ภาควิชา : แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

คณะ : เทคโนโลยีสารสนเทศ

ภาคการศึกษา / ปีการศึกษา : 3/2560

บทคัดย่อ

บริษัท ลอคค์ บอช จำกัด เป็นบริษัทที่ให้บริการผู้รับฝากสัมภาระอัตโนมัติและบริการรับฝากสัมภาระเดลิเวอรี่โดยรับฝากสัมภาระและส่งคืนตามสถานที่ ที่ลูกค้ากำหนดและมีบริการเช่าพื้นที่โฆษณาผ่านผู้รับฝากสัมภาระของบริษัท

คณะผู้จัดทำเห็นว่าทางบริษัท ลอคค์ บอช จำกัด ยังเป็นบริษัทที่กำลังพัฒนา องค์กรให้เป็นที่รู้จักและเป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และประชาชนคนไทยทั่วไปที่อาศัยในย่านธุรกิจ จึงได้จัดทำสื่อในรูปแบบ โฆษณา เพื่อประชาสัมพันธ์การบริการของบริษัทให้เข้าถึงลูกค้าชาวต่างชาติมากขึ้น และกระตุ้นความต้องการของลูกค้า พร้อมทั้งสร้างความน่าสนใจกับผู้พบเห็น

โครงการนี้มีการดำเนินการโดยผ่านกระบวนการความคิดและสร้างสรรค์งานออกแบบสื่อ โฆษณาเพื่อใช้ประชาสัมพันธ์โดยใช้โปรแกรม Adobe Photoshop CC 2017 และ โปรแกรม Adobe illustrator CC 2017

คำสำคัญ : การออกแบบ/ สื่อประชาสัมพันธ์/ ผู้รับฝากสัมภาระ

ผู้อนุมัติ

Project Title : Media Design and Public Relations Case Study of Lock Box
CO.,TD

Credits : 5 Credits

By : Mr. Chanwit Amonmongkolthong
: Mr. Nuttapon Jongruk
: Mr. Pupattarapon Doungmala

Advisor : Mr. Pasakorn Thananan

Degree : Bachelor of Science

Major : Animation and Creative Media

Faculty : Information Technology

Semester / Academic year : 3/2017

Abstract

Lock Box Company Limited is an automatic luggage service with luggage delivery to a specific locations and advert space rental services through luggage storage displays. Lock Box Company is an SME and they are trying to promote the services to Thai people who are living in the business area and foreigners. So, we came up with the idea that we should create media advertising for foreigners and everyone to gain more attraction to Lock Box's services.

This project came inspired creative ways to produce media to attract our target group. We use This Adobe Photoshop CC 2017 and Adobe illustrator CC 2017 produce our media.

Keywords: advertising, graphic design, luggage storage

Approved by

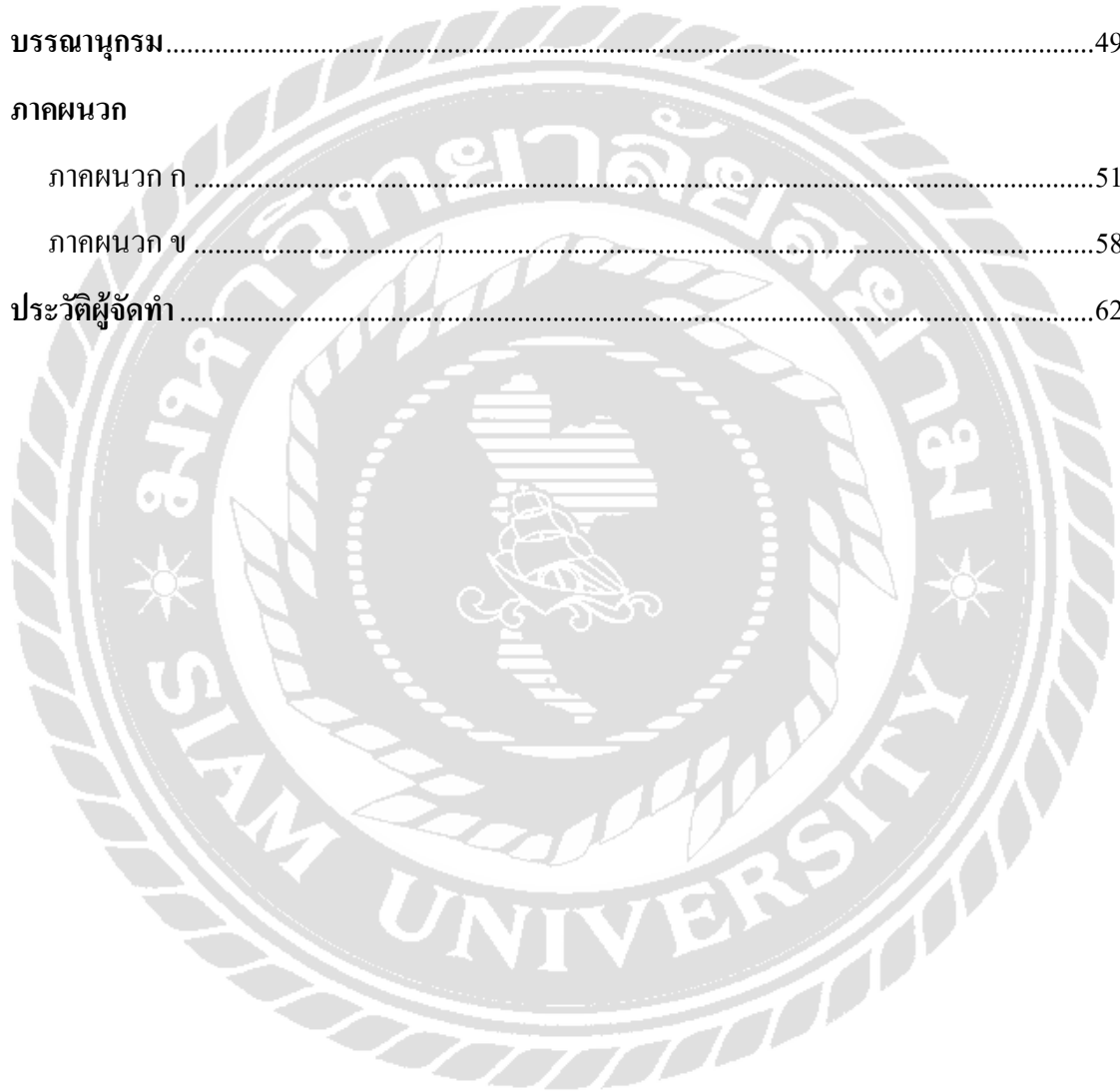

สารบัญ

หน้า

จดหมายนำส่งรายงาน.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
บทคัดย่อ.....	ค
Abstract.....	ง
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	1
1.3 ขอบเขตของโครงการ	2
1.4 ผลที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
บทที่ 2 การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
2.1 องค์ประกอบศิลป์.....	3
2.2 ทักษะที่สำคัญในองค์ประกอบศิลป์.....	7
2.3 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสี.....	12
2.4 ความหมายของสื่อโฆษณา.....	13
บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน	
3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ	16
3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร	17
3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารงานขององค์กร	18
3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย	18
3.5 ชื่อและตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา	19
3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน	19
3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน	19
3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้.....	20
บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ	
4.1 ขั้นตอนการจัดทำโครงการ	21
4.2 ขั้นตอนการดำเนินการ	21

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
4.3 รายละเอียดของเนื้อหาโครงการ.....	23
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลโครงการหรืองานวิจัย.....	47
5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	48
บรรณานุกรม.....	49
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก	51
ภาคผนวก ข	58
ประวัติผู้จัดทำ.....	62



สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 3.1 แสดงระยะเวลาในการดำเนินงานของโครงการ.....21



สารบัญรูปภาพ

หน้า

รูปที่ 2.1 ภาพแสดงความเป็นเอกภาพในงานศิลปะ.....	4
รูปที่ 2.2 ภาพแสดงความสมดุลของสิ่งที่ซ้ำเหมือนกัน.....	4
รูปที่ 2.3 ภาพแสดงความสมดุลของสิ่งที่ขัดแย้งกัน.....	5
รูปที่ 2.4 ภาพแสดงจุดสนใจหรือการเน้น.....	5
รูปที่ 2.5 ภาพแสดงความกลมกลืนแบบคล้อยตาม	6
รูปที่ 2.6 ภาพแสดงความกลมกลืนแบบขัดแย้งกัน	6
รูปที่ 2.7 ภาพแสดงจังหวะของเกลียวคลื่น ฟงานของ คะลีซิกะ โอะกะกุไซ.....	7
รูปที่ 2.8 ภาพแสดงภาพจุด (Point).....	7
รูปที่ 2.9 ภาพแสดงเส้นตั้งหรือเส้นดิ่ง.....	8
รูปที่ 2.10 ภาพแสดงเส้นนอน	8
รูปที่ 2.11 ภาพแสดงเส้นเฉียงหรือเส้นทแยงมุม.....	9
รูปที่ 2.12 เส้นหยัก	9
รูปที่ 2.13 เส้น โค้งแบบคลื่น	9
รูปที่ 2.14 เส้น โค้งแบบก้นหอย	10
รูปที่ 2.15 เส้น โค้งวงแคบ.....	10
รูปที่ 2.16 เส้นประ.....	10
รูปที่ 2.17 รูปทรงเรขาคณิต	11
รูปที่ 2.18 รูปทรงธรรมชาติ.....	11
รูปที่ 2.19 รูปทรงอิสระ	12
รูปที่ 2.20 วงจรสี (Colour Circle).....	13
รูปที่ 3.1 แผนที่ตั้งบริษัท ลอคคัล บอกร์ จำกัด.....	17
รูปที่ 3.2 เครื่องหมายการค้าของสถานประกอบการ	18
รูปที่ 3.3 สถานประกอบการสาขาสยามพารากอน	19
รูปที่ 3.4 การใช้งานตู้ฝากสัมภาระของบริษัท.....	19
รูปที่ 3.5 แผนที่ผังโครงสร้างองค์กร	19
รูปที่ 4.1 สีประจำองค์กร 3 สี ลำดับจากซ้ายไปขวา.....	23

สารบัญรูปภาพ(ต่อ)

หน้า

รูปที่ 4.2 ตัวอักษรประจำองค์กร Baloo	23
รูปที่ 4.3 ตัวอักษรประจำองค์กร Sukhumvit Bold.....	23
รูปที่ 4.4 ภาพคนลากกระเป๋าที่ได้ตัดพื้นหลังแล้ว.....	24
รูปที่ 4.5 ผลงานการออกแบบโปรมือชั้นชื่อกระเป๋า ครั้งที่1	24
รูปที่ 4.6 ภาพวัดพระแก้ว.....	25
รูปที่ 4.7 ผลงานการออกแบบโปรมือชั้นชื่อกระเป๋า ครั้งที่2.....	25
รูปที่ 4.8 ผลงานการออกแบบโปรมือชั้นชื่อกระเป๋าแบบสมบูรณ์	26
รูปที่ 4.9 ภาพไลน์ที่ได้รับจากองค์กร	26
รูปที่ 4.10 ผลงานการออกแบบโปรมือชั้นแอดไลน์ครั้งที่1	27
รูปที่ 4.11 ลือโปรมือชั้นแอดไลน์แบบสมบูรณ์.....	27
รูปที่ 4.12 ภาพโทรศัพท์มือถือที่ได้รับจากทางองค์กร.....	28
รูปที่ 4.13 ไอคอน (App Store) ที่ได้รับจากองค์กร.....	28
รูปที่ 4.14 ไอคอน (Google play) ที่ได้รับจากองค์กร	28
รูปที่ 4.15 ผลงานการออกแบบโปรมือทโมบายแอปพลิเคชันครั้งที่1	29
รูปที่ 4.16 ลือโปรมือทโมบายแอปพลิเคชันแบบสมบูรณ์	30
รูปที่ 4.17 ภาพปกภาพยนตร์จากองค์กร	31
รูปที่ 4.18 ภาพโทรศัพท์จากองค์กร	31
รูปที่ 4.19 ภาพผ้าม่านจากองค์กร	31
รูปที่ 4.20 ภาพเก้าอี้โรงภาพยนตร์จากองค์กร.....	32
รูปที่ 4.21 ลือโปรมือชั้นแอดไลน์รับสิทธิชมภาพยนตร์แบบสมบูรณ์	32
รูปที่ 4.22 ภาพโทรศัพท์มือถือจากองค์กร	33
รูปที่ 4.23 งานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ดาวน์โหลดแอปพลิเคชันครั้งที่1	33
รูปที่ 4.24 งานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ดาวน์โหลดแอปพลิเคชันครั้งที่2	34
รูปที่ 4.25 ลือประชาสัมพันธ์ดาวน์โหลดแอปพลิเคชันแบบสมบูรณ์.....	35
รูปที่ 4.26 ลือประชาสัมพันธ์รับส่วนลดสมาชิกแบบสมบูรณ์.....	36
รูปที่ 4.27 งานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์หน้าเพจเฟซบุ๊กครั้งที่1	37

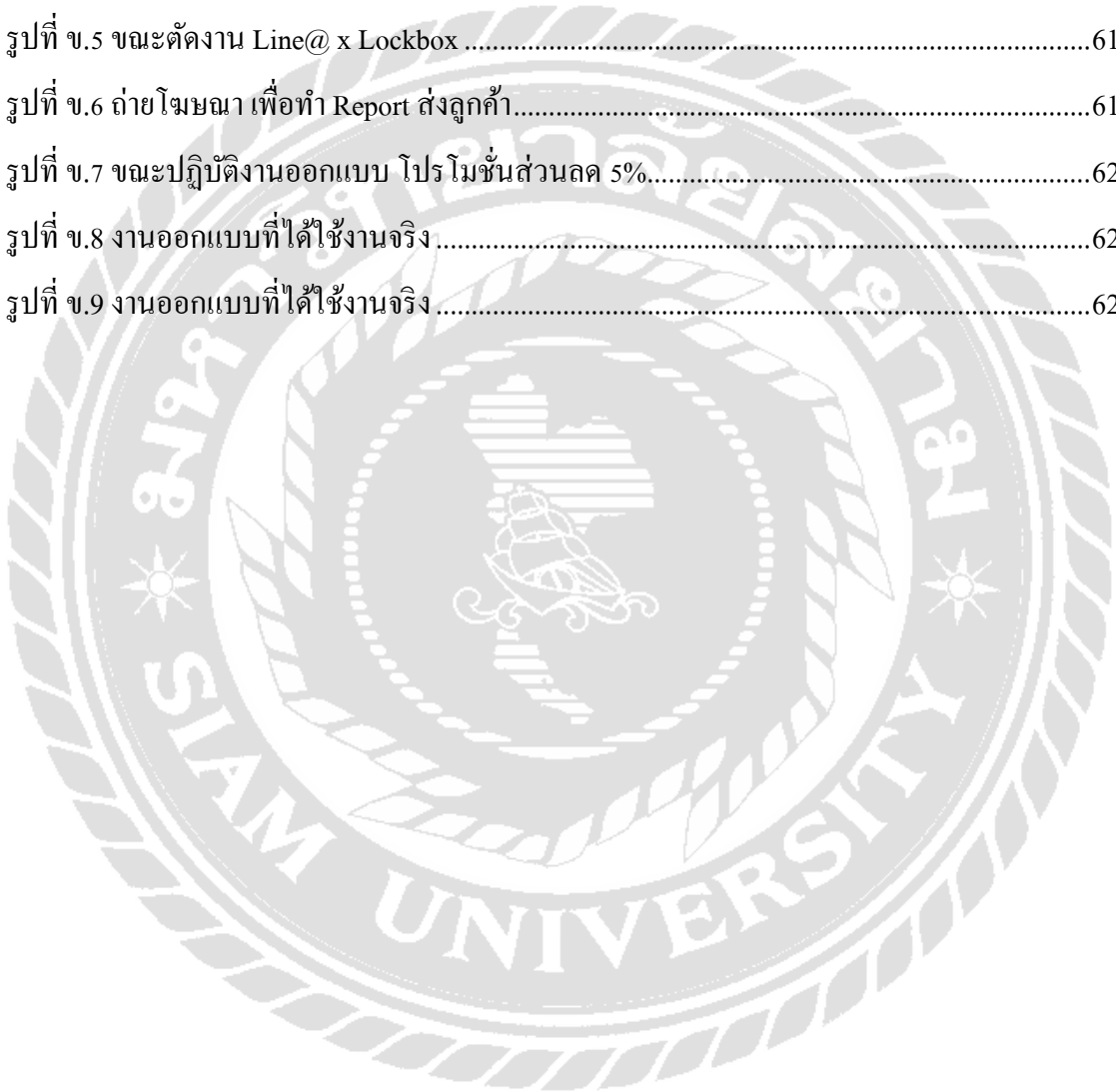
สารบัญรูปภาพ(ต่อ)

หน้า

รูปที่ 4.28 สื่อประชาสัมพันธ์หน้าเพจเฟซบุ๊ก สมบูรณ์.....	38
รูปที่ 4.29 งานออกแบบสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสาร 1	39
รูปที่ 4.30 งานออกแบบสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสาร 2	40
รูปที่ 4.31 สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์แบบสมบูรณ์.....	41
รูปที่ 4.32 ตัวอย่างแบบชุดฟอร์ม	42
รูปที่ 4.33 ออกแบบชุดฟอร์มขององค์กรครั้งที่ 1	43
รูปที่ 4.34 ออกแบบชุดฟอร์มขององค์กรแบบสมบูรณ์.....	44
รูปที่ 4.35 งานออกแบบบัตรพนักงาน (ด้านหน้า)ครั้งที่1	45
รูปที่ 4.36 งานออกแบบบัตรพนักงาน (ด้านหน้า)ครั้งที่2	45
รูปที่ 4.37 งานออกแบบบัตรพนักงาน (ด้านหลัง)ครั้งที่1	46
รูปที่ 4.38 งานออกแบบบัตรพนักงาน (ด้านหลัง)ครั้งที่2	46
รูปที่ 4.39 ออกแบบบัตรพนักงานขององค์กรแบบสมบูรณ์.....	47
รูปที่ ก.1 ภาพผลงานที่ได้ใช้งานครั้งที่ 1 ตัวอย่างหลังจากออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์	51
รูปที่ ก.2 ภาพผลงานที่ได้ใช้งานครั้งที่ 2 ตัวอย่างหลังจากออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์	51
รูปที่ ก.3 ภาพผลงานที่ได้ใช้งานครั้งที่ 3 ตัวอย่างหลังจากออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์	52
รูปที่ ก.4 ภาพผลงานที่ได้ใช้งานครั้งที่ 4 ตัวอย่างหลังจากออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์	52
รูปที่ ก.5 ภาพผลงานที่ได้ใช้งานครั้งที่ 5 ตัวอย่างหลังจากออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์	53
รูปที่ ก.6 ภาพผลงานที่ได้ใช้งานครั้งที่ 6 ตัวอย่างหลังจากออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์	53
รูปที่ ก.7 ภาพผลงานที่ได้ใช้งานครั้งที่ 7 ตัวอย่างหลังจากออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์	54
รูปที่ ก.8 ภาพผลงานที่ได้ใช้งานครั้งที่ 8 ตัวอย่างหลังจากออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์	54
รูปที่ ก.9 ภาพผลงานที่ได้ใช้งานครั้งที่ 9 ตัวอย่างหลังจากออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์	55
รูปที่ ก.10 ภาพผลงานที่ได้ใช้งานครั้งที่ 10 ตัวอย่างหลังจากออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์	56
รูปที่ ก.11 ภาพผลงานที่ได้ใช้งานครั้งที่ 11 ตัวอย่างหลังจากออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์.....	56
รูปที่ ก.12 ภาพผลงานที่ได้ใช้งานครั้งที่ 12 ตัวอย่างหลังจากออกแบบยูนิฟอร์มให้กับทางบริษัท ...	57
รูปที่ ก.13 ภาพผลงานที่ได้ใช้งานครั้งที่ 13 ตัวอย่างหลังจากออกแบบนามบัตรด้านหน้า.....	57

สารบัญรูปภาพ(ต่อ)

	หน้า
รูปที่ ข.1 ขณะปฏิบัติงานออกแบบ โปรโมชันซื้อกระเป๋า ผากฟรี 1 ชม.....	59
รูปที่ ข.2 ตรวจสอบรายการโฆษณาของทางบริษัท	59
รูปที่ ข. 3 เดินทางไปศูนย์บริการที่สยามพารากอน โปรโมชันซื้อกระเป๋า ผากฟรี 1 ชม.....	60
รูปที่ ข. 4 ขณะปฏิบัติงานออกแบบ โปรโมชันส่วนลด 25%.....	60
รูปที่ ข.5 ขณะตัดงาน Line@ x Lockbox	61
รูปที่ ข.6 ถ่ายโฆษณา เพื่อทำ Report ส่งลูกค้า.....	61
รูปที่ ข.7 ขณะปฏิบัติงานออกแบบ โปรโมชันส่วนลด 5%.....	62
รูปที่ ข.8 งานออกแบบที่ได้ใช้งานจริง.....	62
รูปที่ ข.9 งานออกแบบที่ได้ใช้งานจริง.....	62



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

กราฟิกดีไซน์ (Graphic Design) คือ งานศิลปะร่วมสมัยจัดอยู่ในกลุ่มการทำหนังสือ ออกแบบภาพโฆษณา ออกแบบเว็บไซต์ และบรรจุภัณฑ์สินค้า เริ่มต้นด้วยการศึกษาหาความรู้ พื้นฐานจากองค์ประกอบศิลป์ ได้แก่ เส้น, สี, แสง, เงา, รูปร่าง, รูปทรง และพื้นผิว เป็นต้น โดยนำมาจัดรวมองค์ประกอบเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดความงามทางศิลป์ ในการออกแบบงานศิลป์ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในงานต่างๆ อาทิเช่น งานออกแบบฉลากสินค้า, งานออกแบบโลโก้ การจัดวางสิ่งของตกแต่งบ้าน, ออกแบบตัวอักษร และการจัดบอร์ดกิจกรรม เป็นต้น ทั้งนี้ยังสามารถนำไปใช้กับงาน สื่อโฆษณา และงานออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ได้อีกด้วย

คณะผู้จัดทำเล็งเห็นว่า งานสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบงานออกแบบสื่อ โฆษณานั้นช่วยเสริมความน่าสนใจในการโฆษณา เนื่องจากงานประเภทนี้เป็นสื่อสร้างสรรค์ที่ช่วยดึงดูดความสนใจของผู้พบเห็นได้เป็นอย่างดี และสามารถเป็นสื่อกลางให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือการบริการขององค์กรต่างๆ ฉะนั้นทางคณะผู้จัดทำได้เล็งเห็นปัญหาสื่อโฆษณาขององค์กรที่มีอยู่ในปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาตามยุคสมัยอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

โดยการดำเนินการโครงการออกแบบสื่อและประชาสัมพันธ์กรณีศึกษา บริษัท ลอคัล บอค์ จำกัด ในครั้งนี้ ผู้จัดทำได้รวบรวม รูปแบบการจัดวาง องค์ประกอบ สี และความเหมาะสมขององค์ประกอบรูปภาพ มีการทดลองการออกแบบเพื่อเลือกรูปแบบที่ดีที่สุด ที่จะสามารถนำมาใช้ประชาสัมพันธ์ให้กับบริษัท ผู้จัดทำเลือกรูปแบบการนำเสนอสื่อในหลากหลายช่องทาง เพื่อการประชาสัมพันธ์งานออกแบบสื่อโฆษณาไปสู่ประชาชนทั่วไป และนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวพักผ่อนในประเทศไทยตามย่านธุรกิจ ทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักกับบริการจากทางบริษัท ลอคัล บอค์ จำกัด ที่เผยแพร่สื่อทางผู้บริการรับฝากสัมภาระที่กระจายอยู่ตามจุดเดินทางรถไฟฟ้า มหานคร และศูนย์บริการที่ห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.2.1 ผลิตสื่อโฆษณาเพื่อกระตุ้นความต้องการของลูกค้าชาวไทยและลูกค้าชาวต่างชาติ
- 1.2.2 สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการใช้บริการรับฝากสัมภาระจากทางบริษัท
- 1.2.3 เพื่อประชาสัมพันธ์การบริการจากทางบริษัทให้เข้าถึงลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติ

1.3 ขอบเขตของโครงการ

ผลิตสื่อและประชาสัมพันธ์ให้กับบริษัท ลอคคัล บอช จำกัด ประกอบไปด้วย

1.3.1 ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์โปรโมชันของบริษัท

1.3.2 ออกแบบสื่อที่ใช้ภายในองค์กร ดังนี้

1.3.3.1 ออกแบบชุดฟอร์มขององค์กร

1.3.3.2 ออกแบบนามบัตร CEO และ Executive General Manager

1.3.3 ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์หน้าเพจเฟซบุ๊ก

1.3.4 ออกแบบสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆจากองค์กร

1.4 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 กลุ่มเป้าหมายรับรู้การบริการโดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์

1.4.2 บริษัทเป็นที่รู้จักมากขึ้นในย่านธุรกิจ



บทที่ 2

การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 องค์ประกอบศิลป์

ศิลปะตรงกับภาษาอังกฤษว่า “ART” ความหมายของคำว่าศิลปะเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับ การสร้างสรรค์และการแสดงอารมณ์ความรู้สึกภายในของมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับความงามความพอใจ งานศิลปะไม่สามารถสร้างขึ้นมาได้ถ้าปราศจากรูปทรง (Form) ในศิลปะวัตถุมีรูปทรงที่สวยงาม ทั้งนี้เพราะลักษณะที่สำคัญคือมีความกลมกลืนขององค์ประกอบที่ทำให้เป็นเอกภาพ ตัวอย่างเช่น ความสัมพันธ์ของคนตรีตามกฎเกณฑ์ของธรรมชาติและรูปทรงของเสียงดนตรีสามารถถ่ายทอด มายังจิตใจได้ (Sanceya, 2014)

ความหมายขององค์ประกอบศิลป์ (Composition) นั้นมาจากภาษาละติน โดยคำว่า Post นั้นหมายถึง การจัดวาง และคำว่า (Comp) หมายถึง เข้าด้วยกัน ซึ่งเมื่อนำมารวมกันแล้วในทาง ศิลปะ(Composition) จึงหมายความว่าองค์ประกอบของศิลปะ การจะเกิดองค์ประกอบศิลป์ได้นั้น ต้องเกิดจากการเอาส่วนประกอบของศิลปะ (Element of Art) มาสร้างสรรค์งานศิลปะเข้าด้วย หลักการจัดองค์ประกอบศิลป์ (Principle of Art) จึงจะเป็นผลงานองค์ประกอบศิลป์ (วิรัชพัชร แสง วัชรมรกด, 2552)

การจัดองค์ประกอบทางศิลปะ เป็นหลักสำคัญสำหรับผู้สร้างสรรค์และผู้ศึกษางาน ศิลปะ เนื่องจากผลงานศิลปะใด ๆ ก็ตาม ล้วนมีคุณค่าอยู่ 2 ประการ คือ คุณค่าทางด้านรูปแบบ และ คุณค่าทางด้านเรื่องราวคุณค่าทางด้านรูปแบบ เกิดจากการนำเอา องค์ประกอบต่าง ๆ ของ ศิลปะ อัน ได้แก่ เส้น สี แสงและเงา รูปว่าง รูปทรง พื้นผิว ฯลฯ มาจัดเข้าด้วยกันเพื่อให้เกิดความงาม ซึ่ง แนวทางในการนำองค์ประกอบต่าง ๆ มาจัดรวมกันนั้น เรียกว่า การจัดองค์ ประกอบศิลป์ (Art Composition) โดยมีหลักการจัดตามที่กล่าวต่อไป อีกคุณค่าหนึ่งของงานศิลปะ คือ คุณค่า ทางด้านเนื้อหา เป็นเรื่องราว หรือสาระของผลงานที่ศิลปินผู้สร้างสรรค์ต้องการที่จะแสดงออกมา ให้ผู้ชมได้สัมผัส รับรู้ โดยอาศัยรูปลักษณะที่เกิดจากการจัดองค์ประกอบศิลป์นั่นเองหรืออาจกล่าว ได้ว่า ศิลปิน นำเสนอเนื้อหาเรื่องราวผ่านรูปลักษณะที่เกิดจากการจัดองค์ประกอบทางศิลปะ ถ้า องค์ประกอบที่จัดขึ้น ไม่สัมพันธ์กับเนื้อหาเรื่องราวที่นำเสนองานศิลปะนั้นก็จะเป็นขาดคุณค่าทาง ความงามไป ดังนั้นการจัดองค์ประกอบศิลป์ จึงมีความสำคัญในการสร้างสรรค์งานศิลปะเป็นอย่างดี เพราะจะทำให้งานศิลปะทรงคุณค่าทางความงามอย่างสมบูรณ์ การจัดองค์ประกอบของศิลปะ ประกอบด้วยหลักเกณฑ์ต่อไปนี้

1. เอกภาพ (Unity) การรวมกลุ่มก้อน ไม่แตกแยกกระจายไปคนละทิศทางจนทำให้ขาดความสัมพันธ์กัน ในทางทัศนศิลป์เอกภาพยังเป็นส่วนที่แสดงให้เห็นถึงเนื้อหาเรื่องราวที่ต้องการแสดงอย่างชัดเจนด้วย



รูปที่ 2.1 ภาพแสดงความเป็นเอกภาพในงานศิลปะ

2. ความสมดุล (Balance) คือองค์ประกอบหนึ่งในงานศิลปะในแขนงต่างๆกับลักษณะของความสมดุลในเชิงองค์ประกอบศิลป์อาจแบ่งได้ 2 นัยคือความสมดุลของสิ่งที่ซ้ำหรือเหมือนกัน (Symmetrical) กับความสมดุลของสิ่งที่ขัดแย้งหรือต่างกัน (Asymmetrical) ดังนี้

2.1 ความสมดุลของสิ่งที่ซ้ำหรือเหมือนกัน (Symmetrical) คือ เป็นการนำเอาส่วนประกอบที่มีรูปลักษณะเหมือนกัน มาจัดองค์ประกอบรวมเข้าด้วยกันให้ประสานกลมกลืน เกิดการถ่วงน้ำหนักขององค์ประกอบส่วนต่าง ๆ ในลักษณะที่พอเหมาะพอดีจนรู้สึกถึงความสมดุล อาจด้วยการจัดวางตำแหน่งที่ตั้ง ช่องไฟ ระยะห่าง อัตราจำนวน ขนาดรูปร่าง น้ำหนักอ่อนแก่ ฯลฯ ที่เหมือนกันหรือเท่า ๆ กันจนเกิดเป็นเอกภาพเดียวกัน



รูปที่ 2.2 ภาพแสดงความสมดุลของสิ่งที่ซ้ำเหมือนกัน

2.2 ความสมดุลของสิ่งที่ขัดแย้งหรือต่างกัน (Asymmetrical) เป็นการนำเอา ส่วนประกอบที่มีรูปลักษณะที่ต่างกันหรือขัดแย้งกัน มาจัดองค์ประกอบเข้าด้วยกันให้ประสานกลมกลืนกัน เกิดการถ่วงน้ำหนักขององค์ประกอบส่วนต่าง ๆ ในลักษณะที่พอเหมาะพอดีจนรู้สึก ว่ามีความสมดุล โดยที่วัตถุหรือเนื้อหาในภาพไม่จำเป็นต้องเหมือนกัน



รูป 2.3 ภาพแสดงความสมดุลของสิ่งที่ขัดแย้งกัน

3. จุดสนใจหรือการเน้น (Emphasis) ส่วนที่สำคัญที่สุดของภาพที่ต้องการแสดง ซึ่งนำไปสู่การบอกเล่าเนื้อหาของภาพทั้งหมดหรือเป็นจุดที่ดึงดูดความสนใจให้หมอง ในทางทัศนศิลป์ จุดสนใจควรมีเพียงจุดเดียว ซึ่งอาจเป็นส่วนที่แสดงความสำคัญหรือมีสีสันสดใสที่สุด นอกจากนั้น ยังเน้นให้เกิดจุดสนใจด้วยการสร้างความแตกต่างขึ้นในภาพ จุดสนใจไม่จำเป็นจะต้องอยู่จุดกึ่งกลางเสมอไป อาจอยู่ส่วนใดส่วนหนึ่งของภาพก็ได้



รูป 2.4 ภาพแสดงจุดสนใจหรือการเน้น

4. ความกลมกลืน (Harmony) เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดของการจัดองค์ประกอบทางทัศนศิลป์ เพราะความกลมกลืนจะทำให้ภาพงดงาม และนำไปสู่เนื้อหาเรื่องราวที่น่าเสนอ ความกลมกลืนมี 2 แบบ คือ

4.1 ความกลมกลืนแบบคล้ายตามกัน หมายถึง การนำรูปร่าง รูปทรง เส้น หรือสี ที่มีลักษณะเดียวกันมาจัด เช่น วงกลมทั้งหมด สีเหลี่ยมทั้งหมด ซึ่งแม้ว่าอาจจะมิขนาดที่แตกต่างกัน แต่เมื่อนำมาจัดเป็นภาพขึ้นมาแล้วก็จะทำให้ความรู้สึกกลมกลืนกัน



รูป 2.5 ภาพแสดงความกลมกลืนแบบคล้ายตาม

4.2 ความกลมกลืนแบบขัดแย้ง หมายถึง การนำเอาองค์ประกอบต่างชนิด ต่างรูปร่าง รูปทรง ต่างสีมาจัดวางในภาพเดียวกัน เช่น รูปวงกลมกับรูปสามเหลี่ยม เส้นตรงกับเส้นโค้ง ซึ่งจะก่อให้เกิดความขัดแย้งกันขึ้น แต่ก็ยังให้ความรู้สึกกลมกลืนกัน



รูป 2.6 ภาพแสดงความกลมกลืนแบบขัดแย้งกัน

5. จังหวะ (Rhythm) ระยะเวลาในการจัดภาพหรือการวางของวัตถุ อย่างสม่ำเสมอ เช่น ลายไทย การปูกระเบื้อง หรือการแปรอักษร เป็นต้น



รูปที่ 2.7 ภาพแสดงจังหวะของเกลียวคลื่น ผลงานของ คะสึชิกะ โอะกะกุไซ

2.2 ทักษะที่สำคัญในองค์ประกอบศิลป์

ทักษะเป็นส่วนที่ประกอบกับผลงานออกแบบหรืองานศิลปะที่น่าสนใจ และมีความสวยงาม ประกอบด้วยส่วนต่างๆ ดังนี้

1. จุด (Point) คือ ส่วนประกอบที่เล็กที่สุด เป็นส่วนเริ่มต้นไปสู่ส่วนอื่นๆ เช่น การนำจุดมาเรียงต่อกันตามตำแหน่งที่เหมาะสม และซ้ำๆ กัน จะทำให้เรามองเห็นเป็น เส้น รูปร่าง รูปทรง ลักษณะผิว และการออกแบบที่น่าตื่นตาตื่นใจ จากจุดหนึ่ง ถึงจุดหนึ่งมีเส้นที่มองไม่เห็นด้วยตา แต่เห็นได้ด้วยจินตนาการ เราเรียกว่า เส้น โครงสร้าง นอกจากจุดที่เรานำมาจัดวางเพื่อการออกแบบ เราสามารถพบเห็นลักษณะการจัดวางจุดจากสิ่งเป็นธรรมชาติ ที่อยู่รอบๆ ตัวเราได้ เช่น ข้าว โปด รวงข้าว เมล็ดถั่ว ก้อนหิน เปลือกหอย ใบไม้ ลายของสัตว์นานาชนิด ได้แก่ เสือ ไก่ นก สุนัข ภู ม้าลาย และแมว เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ธรรมชาติได้ออกแบบไว้อย่างสวยงาม มีระเบียบ มีการซ้ำกันอย่าง มีจังหวะและมีอิทธิพลต่อความคิดของมนุษย์เราเป็นอย่างมาก เช่น การออกแบบลูกคิด ลูกบิดประตู การร้อยลูกปัด สร้อยคอ และเครื่องประดับต่างๆ สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เกิดมาจากจุดทั้งสิ้น



รูปที่ 2.8 ภาพแสดงภาพจุด (Point)

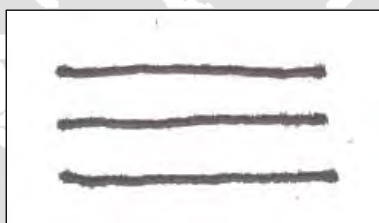
2. เส้น (Line) เกิดจากจุดที่เรียงต่อกัน หรือเกิดจากการลากเส้น ไปยังทิศทางต่างๆ มีหลายลักษณะ เช่น ตั้ง นอน เอียง โท้ง ฯลฯ เส้น เกิดจากเคลื่อนที่ของจุด หรือถ้านำจุดมาวางเรียงต่อกัน ก็จะเกิดเป็นเส้นขึ้น เส้นมีมิติเดียว คือ ความยาวไม่มีความกว้าง ทำหน้าที่เป็นขอบเขตของที่ว่าง รูปร่าง รูปทรง สี น้ำหนัก รวมทั้งเป็นแกนหลัก โครงสร้างของรูปร่างรูปทรงต่างๆ ลักษณะของเส้น เส้นมีจุดเด่นที่นำมาใช้ได้หลากหลายรูปแบบ ทำให้เกิดรูปร่างรูปทรงต่างๆ มากมาย เพื่อต้องการสื่อให้เกิดความรู้สึกทางด้านอารมณ์ จากการสร้างสรรค์ของงาน

2.1 เส้นตั้ง หรือ เส้นตั้ง ให้ความรู้สึกทางความสูง สง่า มั่นคง แข็งแรง หนักแน่น เป็นสัญลักษณ์ของความซื่อตรง



รูปที่ 2.9 ภาพแสดงเส้นตั้งหรือเส้นตั้ง

2.2 เส้นนอน ให้ความรู้สึกทางความกว้าง สงบ ราบเรียบ นิ่ง ผ่อนคลาย



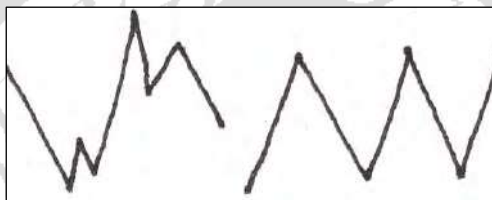
รูปที่ 2.10 ภาพแสดงเส้นนอน

2.3 เส้นเฉียง หรือ เส้นทแยงมุม ให้ความรู้สึก เคลื่อนไหว รวดเร็ว ไม่มั่นคง



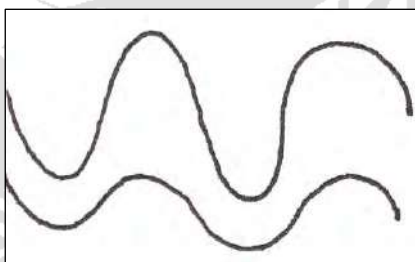
รูปที่ 2.11 ภาพแสดงเส้นเฉียงหรือเส้นทแยงมุม

2.4 เส้นหยัก หรือ เส้นซิกแซก แบบฟันปลา ให้ความรู้สึก เคลื่อนไหว อย่างเป็นจังหวะมีระเบียบ ไม่ราบเรียบ น่ากลัว อันตราย ขัดแย้ง ความรุนแรง



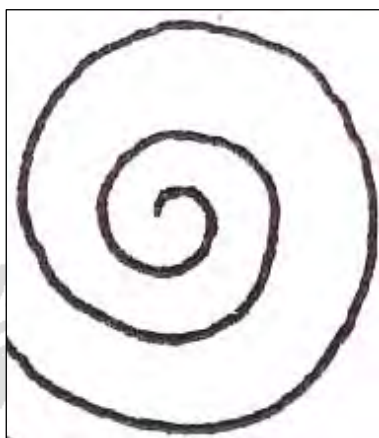
รูปที่ 2.12 เส้นหยัก

2.5 เส้นโค้ง แบบคลื่น ให้ความรู้สึก เคลื่อนไหวอย่างช้า ๆ ลื่นไหล ต่อเนื่อง สุภาพ อ่อนโยน นุ่มนวล



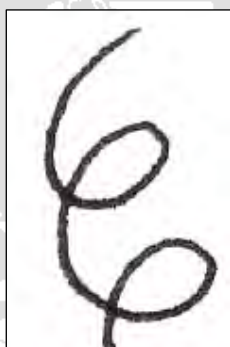
รูปที่ 2.13 เส้นโค้งแบบคลื่น

2.6 เส้นโค้งแบบก้นหอย ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว คลื่นคลาย หรือเติบโตในทิศทางที่หมุนวน ถ้ามองเข้าไปจะเห็นพลังความเคลื่อนไหวที่ไม่สิ้นสุด



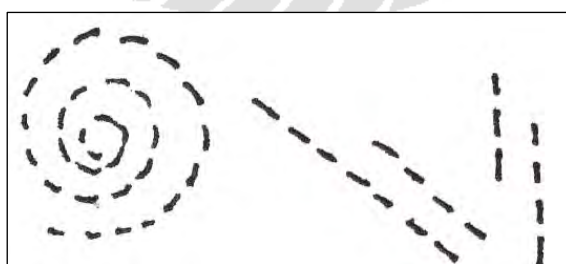
รูปที่ 2.14 เส้นโค้งแบบก้นหอย

2.7 เส้นโค้งวงแคบ ให้ความรู้สึกถึงพลังความเคลื่อนไหวที่รุนแรง การเปลี่ยนทิศทางที่รวดเร็วไม่หยุดนิ่ง



รูปที่ 2.15 เส้นโค้งวงแคบ

2.8 เส้นประ ให้ความรู้สึกที่ไม่ต่อเนื่อง ขาด หาย ไม่ชัดเจน ทำให้เกิดความเครียด



รูปที่ 2.16 เส้นประ

3. รูปร่างและรูปทรง (Shape and Form) รูปร่าง คือ พื้นที่ ล้อมรอบด้วยเส้นที่แสดงความกว้าง และความยาว รูปร่างจึงมีสองมิติรูปทรง คือ ภาพสามมิติที่ต่อเนื่องจากรูปร่าง โดยมีความหนาหรือความลึก ทำให้ภาพที่เห็นมี ความชัดเจน และสมบูรณ์ รูปร่างและรูปทรงแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะใหญ่ คือ

3.1 รูปเรขาคณิต (Geometric Form) มีรูปร่างรูปทรงที่แน่นอน มาตรฐาน สามารถวัดหรือคำนวณได้ มีกฎเกณฑ์ เช่น รูปสี่เหลี่ยม รูปวงกลม รูปวงรี ห้าเหลี่ยม หกเหลี่ยม พีระมิด เป็นต้น รูปเรขาคณิตเป็นโครงสร้างพื้นฐานของรูปทรงต่างๆ



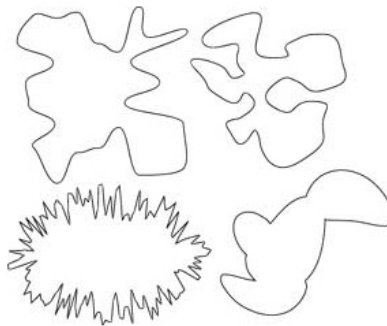
รูปที่ 2.17 รูปทรงเรขาคณิต

3.2 รูปทรงธรรมชาติ (Nature Form) เป็นการเลียนแบบธรรมชาติ นำรูปทรงที่มีอยู่ตามธรรมชาติรอบตัวเรา เช่น ดอกไม้, ใบไม้, สัตว์ต่างๆ, สัตว์น้ำ, แมลง, มนุษย์ เป็นต้น มาใช้เป็นแม่แบบในการออกแบบและสร้างสรรค์ โดยยังคงให้ความรู้สึกและรูปทรงที่เป็นธรรมชาติอยู่ส่วนผลงานบางชิ้น ที่ล้อเลียนธรรมชาติ โดยใช้รูปทรงเช่น ตุ๊กตาหมี, การ์ตูน, อวัยวะของร่างกายเรา เป็นต้น ยังคงเป็นรูปทรงตามธรรมชาติ ให้เห็นอยู่ บางครั้งได้มีการนำวัสดุที่มีอยู่ตามธรรมชาติ เช่น เปลือกหอย, กิ่งไม้, ขนนก ฯลฯ นำมาออกแบบ ดัดแปลง สร้างสรรค์ผลงาน



รูปที่ 2.18 รูปทรงธรรมชาติ

3.3 รูปทรงอิสระ (Free Form) เป็นรูปแบบโครงสร้างที่ไม่แน่นอน ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว เคลื่อนไหว ให้ความอิสระ และได้อารมณ์ ความเคลื่อนไหวเป็นอย่างดี รูปอิสระอาจเกิดจากรูปเรขาคณิตหรือรูปธรรมชาติ ที่ถูกกระทำจนมีรูปลักษณะเปลี่ยนไปจากเดิมจนไม่เหลือสภาพเดิม



รูปที่ 2.19 รูปทรงอิสระ

2.3 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสี (Introduction to Colour)

สี เป็นสิ่งที่ปรากฏอยู่บนโลก ทุกๆสิ่งที่เรามองเห็นรอบๆตัวนั้น ล้วนแต่มีสีโลกของเราถูกจรรโลง และแต่งแต้มด้วย สีอันหลากหลาย ทั้งสีอันตามธรรมชาติ และสีที่มนุษย์รังสรรค์ขึ้น หากโลกนี้ไม่มีสี หรือมนุษย์ไม่สามารถ รับรู้เกี่ยวกับสีได้ สิ่งนั้นอาจเป็น ความพקר่องที่ยิ่งใหญ่ของธรรมชาติ เพราะสีมีความสำคัญต่อวัฏจักรแห่ง โลกและเกี่ยวข้องกับ วิถีชีวิตมนุษย์ จนแยกกันไม่ออก เพราะมนุษย์ได้ตระหนักแล้วว่า สีนั้นส่งผลต่อความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ จินตนาการ การสื่อความหมาย และความสุขสำราญใจในชีวิตประจำวันมาช้านานแล้ว ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า

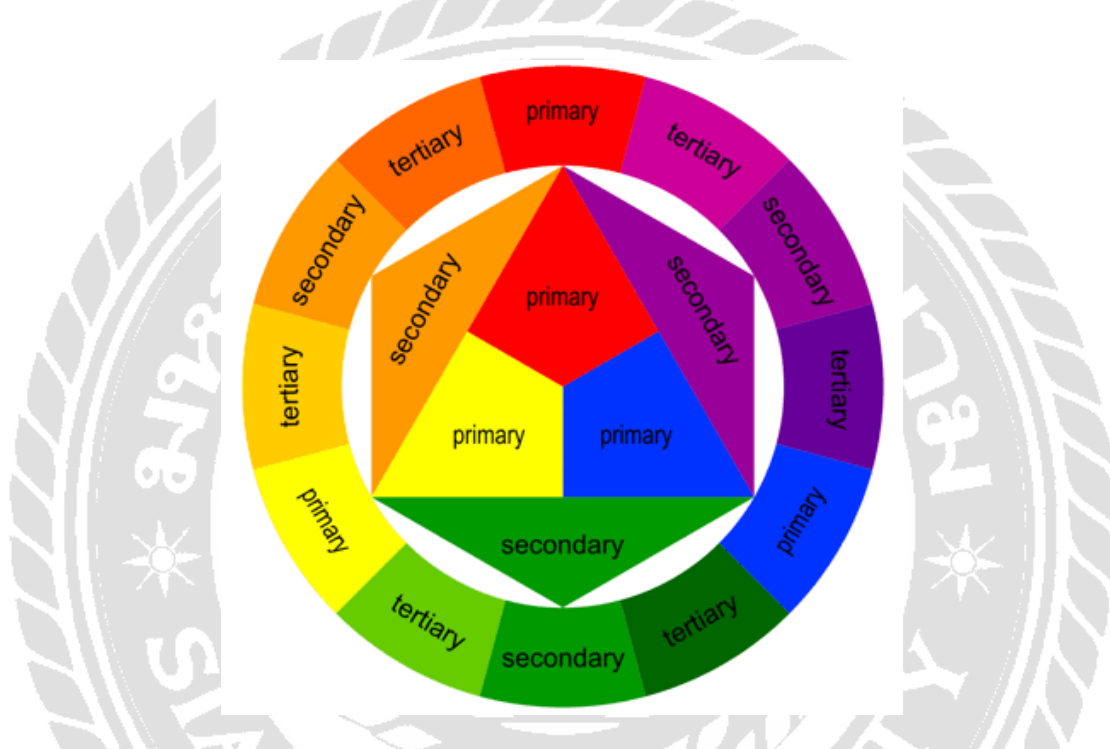
สี มีอิทธิพลต่อมนุษย์เราเป็นอย่างสูง

ความรู้เรื่องทฤษฎีสีเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับงานออกแบบทุกชนิดและหากต้องการ ให้งานออกแบบดูสวยงามต้องเข้าใจเรื่องพื้นฐานของสีเพื่องานออกแบบก่อน ไม่ควรมองข้ามเรื่องนี้ไป เพราะเพียงแต่การเรียนรู้การใช้งานโปรแกรมจนชำนาญเท่านั้นยังไม่สามารถสร้างสรรค์งานดี ๆ ออกมาได้หากไม่รู้จักใช้สีให้เหมาะสม โดยเรื่องที่น่ามาอธิบายเป็นทฤษฎีสีเบื้องต้นจากสีวัตถุ เพื่อนำมาใช้กับ งานออกแบบดังนี้

1. สีขั้นที่ 1 แม่สีวัตถุ (Primary Colors) เป็นสีชุดแรกที่เมื่อนำมาผสมกันจะได้สีอีกมากมาย สีกลุ่มนี้ได้แก่ สีเหลือง แดงและน้ำเงิน
2. สีขั้นที่ 2 (Secondary Colors) เป็นสีที่เกิดจากการผสมกันของแม่สีขั้นที่ 1 ซึ่งจะได้สีดังต่อไปนี้ สีแดง + สีเหลือง = สีส้ม, สีเหลือง + สีน้ำเงิน = สีเขียว, สีน้ำเงิน + สีแดง = สีม่วง

3. สีขั้นที่ 3 (Tertiary Colors) เป็นสีที่เกิดจากการผสมกันระหว่างสีขั้นที่ 1 กับสีขั้นที่ 2 ซึ่งจะมีชื่อเรียก ตามคู่ที่ผสมกันเป็นสีใหม่ขึ้นมา 6 สีดังนี้ สีเหลือง + สีส้ม = สีเหลืองส้ม, สีส้ม + สีแดง = สีส้มแดง, สีแดง + สีม่วง = สีแดงม่วง, สีม่วง + สีน้ำเงิน = สีม่วงน้ำเงิน, สีน้ำเงิน + สีเขียว = สีน้ำเงินเขียว, สีเขียว + สีเหลือง = สีเขียวเหลือง

ถ้าผสมสีในวงจรสีทั้งหมดรวมกันในอัตราส่วนเท่ากันจะเกิดเป็นสีกลาง (Muddy Colors) เป็นสีที่เกิดจากการผสมสีในวงจรสีทั้งหมดรวมกันในอัตราส่วนเท่ากันเกิดเป็น สีกลางหรือค่าสีเฉลี่ยจากสีทั้งหมดซึ่งจะออกสีน้ำตาลเข้ม (Narisara channok, 2555)



รูปที่ 2.20 วงจรสี (Colour Circle)

2.4 ความหมายของสื่อโฆษณา

สื่อโฆษณาคือเครื่องมือทางการตลาดชิ้นหนึ่ง ที่มีหน้าที่นำพาข่าวสารที่ผู้โฆษณาต้องการให้ผู้บริโภค ได้รับรู้และเกิดความต้องการในสินค้าการที่ผู้โฆษณาจะประสบความสำเร็จทางการสื่อสารผู้โฆษณาควรที่จะรู้จักลักษณะของสื่อโฆษณาแต่ละชนิดเพื่อให้เกิดการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสื่อโฆษณานิยมใช้โดยทั่วไปได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ สื่อดังกล่าวเป็นสื่อหลักที่ใช้กันเป็นส่วนมาก ในงานโฆษณาเนื่องจากเป็นสื่อมวลชนที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคจำนวนมากดังนั้นในการวางแผนการใช้สื่องบประมาณด้านสื่อส่วนใหญ่ส่วนใหญ่จะมุ่งไปที่สื่อเหล่านี้เป็นอันดับแรกสำหรับสื่อ ณ จุดซื้อ แผ่นพับ ใบปลิว สื่อนอกสถานที่ เช่น แผ่นป้าย ต่างๆจะมีความสำคัญในฐานะเป็นสื่อสนับสนุน ซึ่งทำหน้าที่ในการเตือนความจำผู้บริโภคที่มีต่อ

สินค้าหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือตัวข่าวสาร โฆษณาจากสื่อหลักซึ่งได้โฆษณาไปแล้วนั่นเอง ประเภทของสื่อ โฆษณามีดังนี้

1. สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed media advertising)

1.1 หนังสือพิมพ์ (Newspaper) หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่มีความสำคัญได้รับความสนใจและมีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันของผู้บริโภคอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในชีวิตประจำวันของคนเมือง การเลือกใช้สื่อโฆษณาทางหนังสือพิมพ์เพื่อนำข่าวสารโฆษณาไปสู่กลุ่มเป้าหมายเราจึงต้องมีความเข้าใจลักษณะของตัวสื่อหนังสือพิมพ์นั้นก็จะทำให้การโฆษณาเกิดมีประสิทธิภาพ

1.2 นิตยสาร (Magazine) นิตยสารเป็นสิ่งพิมพ์ที่รวมเนื้อหาสาระประเภทต่างๆ เข้าไว้ด้วยกันที่มีความน่าสนใจหลายๆเรื่อง แต่เป็นเรื่องประเภทเดียวกันทำให้สามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายเฉพาะได้ ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของสินค้าและจัดพิมพ์ออกมาเป็นเล่มวางตลาดเป็นรายคาบ (Periodical Publication) คือรายสัปดาห์ รายปักษ์ รายเดือน เป็นต้น

1.3 สื่อทางไปรษณีย์ (Mail-order media) การโฆษณาโดย การจัดทำสื่อโฆษณาในรูปแบบของสิ่งพิมพ์ ประกอบด้วยภาพสินค้า ข้อความรายละเอียดของสินค้าหรือบริการ แล้วจัดส่งทางไปรษณีย์ไปยังผู้รับที่เป็นผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสื่อสารข้อมูลให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการและ เพื่อให้เกิดการตอบกลับโดยทันทีจากผู้บริโภค

1.4 สมุดโทรศัพท์หน้าเหลือง (Directories) นอกจากสื่อสิ่งพิมพ์เบื้องต้นดังกล่าวมาแล้วก็ยังมีสื่อสิ่งพิมพ์ชนิดต่างๆอีกมากมายเช่น สมุดโทรศัพท์ไคเร็คทอรี สมุดโทรศัพท์

ไคเร็คทอรีคือหนังสือที่รวบรวมรายชื่อ โทรศัพท์ กลุ่มธุรกิจ ร้านค้า สินค้าต่างๆแยกออกเป็นหมวดหมู่ เรียงลำดับตัวอักษร ลักษณะการโฆษณาก็จะมีพื้นที่พิเศษคือนอกจากจะมีการบอกชื่อร้านค้าและเบอร์โทรศัพท์แล้วยังมีพื้นที่สำหรับการลงรูปถ่ายร้านค้าหรือสินค้านำมาขึ้นข้อมูลเบื้องต้นด้วยสื่อชนิดนี้จะมีข้อดีตรงที่กระดากที่ใช้พิมพ์เป็นกระดากคุณภาพต่ำและไม่พิมพ์สีสวยงาม ไรก็ดีสื่อชนิดนี้นับเป็นสื่อที่สำคัญอีกสื่อหนึ่งที่หน่วยงานธุรกิจต่างๆไม่ควรมองข้าม เพราะเป็นสื่อที่ให้ประโยชน์อายุของสื่อก็ยาวนาน ผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าสามารถเปิดหาร้านค้าที่จำหน่ายได้ทันที

2. สื่อกระจายภาพและเสียง (Broadcast media advertising)

2.1 โทรทัศน์ (Television) ในประเทศไทยปัจจุบันโทรทัศน์นับได้ว่าเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้ชมได้ เป็นจำนวนมากเกือบทั่วประเทศ

2.2 วิทยุ (Radio) วิทยุกระจายเสียง (Radio) เป็นสื่อที่นิยมแพร่หลายมาเป็นเวลานานแล้วสามารถเข้าถึงได้ทุกครอบครัว เพราะมีราคาถูกซื้อหาได้ง่าย ผู้ฟังสามารถนำวิทยุติดตามตัวไปฟังได้ทุกหน ทุกแห่งไม่ว่าจะอยู่ในอิริยาบถใดก็ตาม แม้จะทำงานอยู่ก็ยังสามารถรับฟัง

ข่าวสารต่างๆ ได้ วิทยุจึงเป็นสื่อที่มีความใกล้ชิดกับผู้บริโภคมากถึงแม้ว่าความนิยมในการรับฟังวิทยุจะลดลงกว่าในอดีต แต่จำนวนผู้ฟังรายการวิทยุก็ยังคงมีอยู่มากซึ่งยังไม่มีหน่วยงานใดทำการสำรวจเพื่อบันทึกเป็นสถิติและข้อมูลอย่างจริงจัง

2.3 โรงภาพยนตร์ (Cinema) คือ ภาพยนตร์โฆษณาเป็นสื่อที่ให้ผลทางด้านประทับใจ (Impact) เพราะผู้ชมสามารถเห็นโฆษณารูปภาพขนาดใหญ่และรูปภาพมีสีสัน รวมทั้งสามารถเห็นรูปร่างของสินค้าที่โฆษณาได้และยังถูกบังคับให้ต้องดูภาพยนตร์โฆษณานั้นๆ โดยหลีกเลี่ยงไม่ได้ นอกจากนี้การใช้ภาพยนตร์ในการโฆษณาสามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายได้อีกด้วย เช่น สินค้าสำหรับเด็กหรือวัยรุ่น ก็โฆษณาในโรงภาพยนตร์ที่ฉายภาพยนตร์ ที่จัดทำสำหรับเด็กหรือวัยรุ่น หรือถ้าต้องการเข้าถึงผู้บริโภคในเขตพื้นที่ใดที่หนึ่ง ก็ออกโฆษณาทางโรงภาพยนตร์ในเขตพื้นที่นั้นๆ เป็นต้น

2.4 อินเทอร์เน็ต (Internet) เครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ ที่มีการเชื่อมต่อระหว่างเครือข่ายหลายๆ เครือข่ายทั่วโลก สื่อระบบออนไลน์ผู้ใช้เครือข่ายนี้สามารถสื่อสารถึงกันได้ ในหลายๆ ทาง อาทิเช่น อีเมล เว็บบอร์ด และสามารถสืบค้นข้อมูลและข่าวสารต่างๆ ซึ่งเป็นสื่อที่มีความสำคัญมากในปัจจุบัน

3. สื่ออื่นๆ (Other media advertising)

3.1 สื่อกลางแจ้ง (Outdoor media) เป็นสื่อโฆษณาที่สามารถแสดงเครื่องหมายการค้า สัญลักษณ์การค้าชื่อผลิตภัณฑ์ คำขวัญ บรรจุภัณฑ์ ความเคลื่อนไหวและแสงสีในเวลา กลางคืนได้ด้วยรูปและขนาดที่ใหญ่มากสามารถทำให้เกิดความสะดุดตาสะดุดใจ

3.2 สื่อทางยานพาหนะ (Transit media) สื่อติดตั้งแผ่นป้ายโฆษณากับยานพาหนะสาธารณะทุกชนิดเช่น รถประจำทางรถไฟและรถแท็กซี่ เป็นต้น

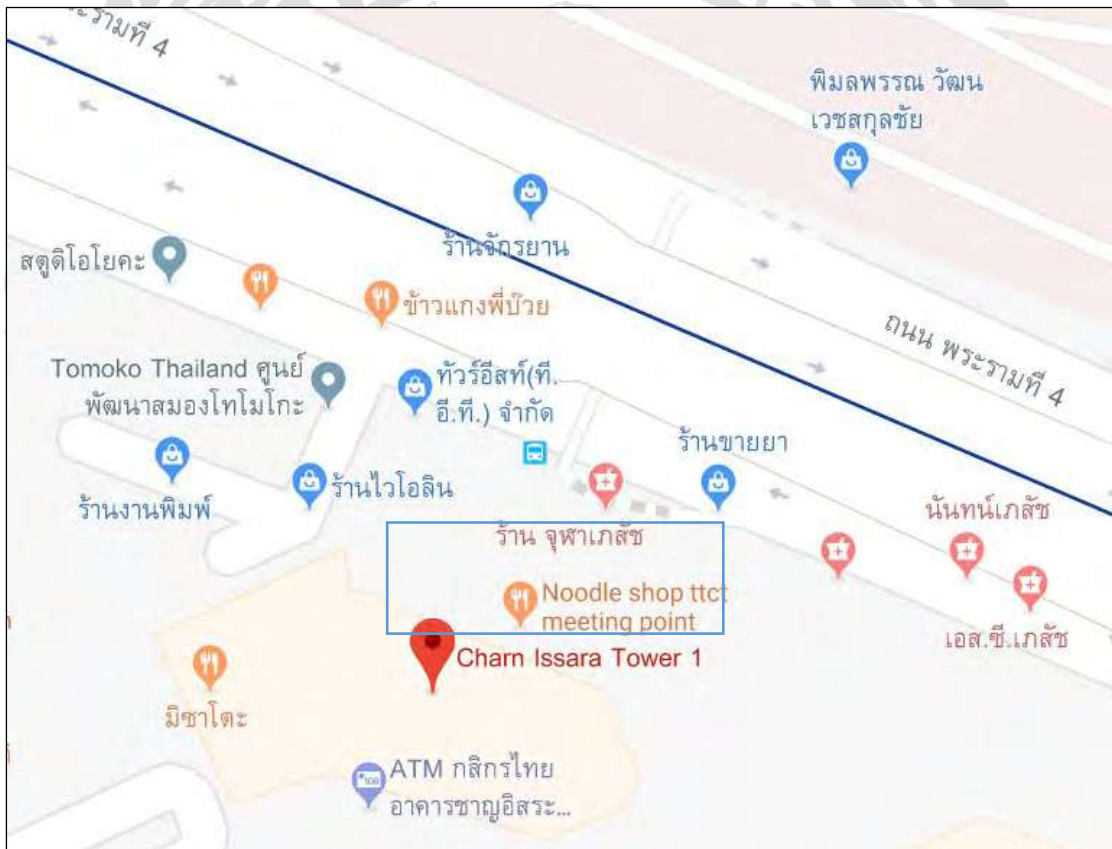
3.3 สื่อโฆษณา ณ จุดซื้อ (Point of purchase) การโฆษณาค้าปลีกภายในร้านค้า โดยมีกาจัดตกแต่งทั้งภายในภายนอก เพื่อกระตุ้นเกิดความสนใจแวะชมสินค้าวัตถุประสงค์ของการโฆษณา ณ จุดซื้อ เพื่อเตือนความทรงจำของลูกค้าให้ระลึกถึงยี่ห้อ หรือ เพื่อจะหยุดลูกค้าที่ผ่านไปมาให้แวะชม (Rajamangala Institute of Technology Poh-Chang Campus Faculty of Design. วิชา สื่อโฆษณา, 2551)

บทที่ 3

รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

ชื่อสถานประกอบการ	บริษัท ลอคค์ บอกซ์ จำกัด
สถานที่ตั้ง	942 ถนน พระราม 4 แขวง สุริยวงศ์ เขต บางรัก กรุงเทพมหานคร 10500
เบอร์โทรศัพท์	080-059-5905
เว็บไซต์	https://www.lockbox-th.com/home-th
แผนที่	



รูปที่ 3.1 แผนที่ตั้งบริษัท ลอคค์ บอกซ์ จำกัด

3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร

บริษัท ลอคค์ บ็อกซ์ จำกัด ประกอบกิจการเกี่ยวกับ ตู้รับฝากของอัตโนมัติและบริการรับฝากสัมภาระเคลิเวอรี่(Delivery)รับฝากสัมภาระและส่งคืนตามสถานที่ที่ลูกค้ากำหนดและมีบริการเช่าพื้นที่โฆษณาผ่านตู้รับฝากสัมภาระของบริษัท



รูปที่ 3.2 เครื่องหมายการค้าของสถานประกอบการ

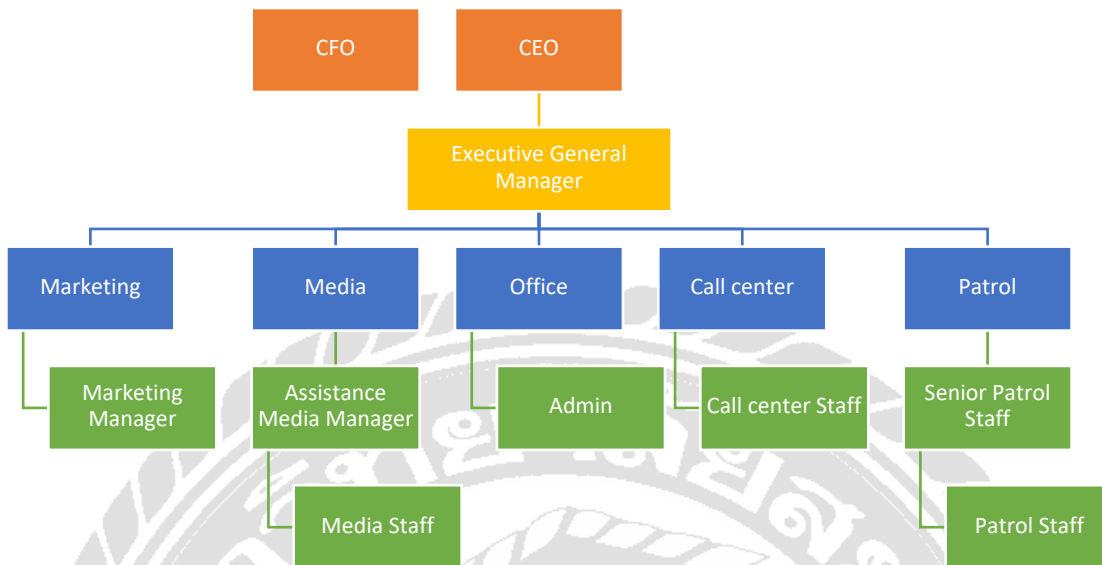


รูปที่ 3.3 สถานประกอบการสาขาสยามพารากอน



รูปที่ 3.4 การใช้งานตู้ฝากสัมภาระของบริษัท

3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและบริหารงานขององค์กร



รูปที่ 3.5 แผนผังโครงสร้างองค์กร

3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

3.4.1 นาย ชาญวิทย์ อมรมงคลทอง

ฝ่ายออกแบบ กราฟฟิคดีไซน์

ตำแหน่ง นักศึกษาฝึกงาน

ลักษณะงาน ออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางด้านโปสเตอร์โมชั่นส่วนลดให้กับบริษัท ลอคค้ บอกรซ์ จำกัด

3.4.2 นาย นัฐพงศ์ จงรักษ์

ฝ่ายออกแบบ กราฟฟิคดีไซน์

ตำแหน่ง นักศึกษาฝึกงาน

ลักษณะงาน ออกแบบ ออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางด้านโปสเตอร์โมชั่นแอดไลน์

3.4.3 นาย ภูภัทรภณ ดวงมาลา

ฝ่ายออกแบบ กราฟฟิคดีไซน์

ตำแหน่ง นักศึกษาฝึกงาน

ลักษณะงาน ออกแบบ ออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางด้านองค์กรของบริษัท

3.5 ชื่อและตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา

นางสาว อินทุอร ศรีทอง ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่ชำนาญการสื่อโฆษณา

3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

14 พฤษภาคม 2561 ถึง 31 สิงหาคม 2561

3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการเพื่อนำเสนอผลงานและพัฒนาการของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาโดยแบ่งตามประเภทของรายงานที่นักศึกษาดำเนินการดังนี้

3.7.1 รับมอบหมายงานออกแบบ ได้รับรูปแบบงานจากทางบริษัท แผนกฝ่ายการตลาดให้ออกแบบงานแต่ละชิ้น โดยคำนึงถึงรูปแบบขอบเขตของแต่ละงาน

3.7.2 ค้นหารูปแบบอื่นๆเป็นแนวทาง หลังจากได้รับรูปแบบงาน ได้มีการค้นคว้าหาตัวอย่างของงานแต่ละชิ้น ซึ่งมีรูปแบบของงานแต่ละชิ้นแตกต่างกันไปตามลักษณะของงาน

3.7.3 ออกแบบผลงาน เริ่มทำการออกแบบ โดยคำนึงรูปแบบภายใต้ข้อจำกัด เช่น การใช้โทนสีรูปแบบเรียบง่ายและเข้าใจง่าย

3.7.4 จัดลำดับองค์ประกอบความเหมาะสมและความสมดุล การจัดองค์ประกอบคำนึงถึงความเด่นชัดเข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน มีความสวยงามและเป็นไปตามข้อกำหนดของบริษัท

3.7.5 จัดทำรูปแบบสื่อ การจัดทำสื่อ มี 2 รูปแบบ เช่น สื่อประชาสัมพันธ์ เป็นสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์กระจายช่องทางการรับรู้ให้กับกลุ่มเป้าหมายรู้จักบริษัทมากขึ้น และสื่อที่ใช้ภายในองค์กร เป็นสื่อที่ใช้ภายในบริษัท เช่น นามบัตร ชุดฟอร์มพนักงาน โดยคำนึงการใช้สีประจำของบริษัท

3.7.6 นำเสนอบริษัท หลังจัดทำชิ้นงานออกแบบ ได้ส่งให้กับฝ่ายการตลาด เพื่อทำการตรวจสอบรูปแบบของงานว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์ความต้องการทางบริษัท หากรูปแบบงานไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ควรมีการแก้ไขเพื่อให้รูปแบบงานมีความถูกต้องและสมบูรณ์

3.7.7 ปรับปรุงแก้ไข หลังจากมีการส่งชิ้นงานให้ฝ่ายการตลาดตรวจสอบ จึงมีการแก้ไขตามคำสั่งของฝ่ายการตลาดในจุดที่ผิดพลาดให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์

3.7.8 จัดทำเอกสาร โดยนำไปเสนอในรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์และสื่อที่ใช้ภายในบริษัท การเผยแพร่ข้อมูลอยู่ภายใต้ข้อจำกัดของบริษัทและนำเสนอสื่อที่สามารถเผยแพร่ได้

ตารางที่ 3.1 แสดงระยะเวลาในการดำเนินงานของโครงการ

ขั้นตอนการดำเนินงาน	พ.ค.61	มิ.ย.61	ก.ค.61	ส.ค.61
1.รับมอบหมายงานออกแบบประชาสัมพันธ์	↔			
2.ค้นหารูปแบบอื่นๆเป็นแนวทาง		↔		
3.ออกแบบผลงาน		↔		
4.จัดลำดับองค์ประกอบความเหมาะสมและความสมดุล		↔		
5.จัดทำรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์		↔		
6.นำเสนอบริษัท			↔	
7.ปรับปรุงแก้ไข			↔	↔
8.จัดทำเอกสาร		↔	↔	↔

3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

ฮาร์ดแวร์

1. Intel Core i5-7300HQ (2.50 GHz)
2. Graphics Card Nvidia Geforce GTX 1050Ti
3. RAM : 8 GB.DDR4
4. HDD : 1 TB.

ซอฟต์แวร์

1. Window 10 Pro 64 Bit
2. Adobe Illustrator CC 2017
3. Adobe Photoshop CC 2017

บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ

4.1 ขั้นตอนการจัดทำโครงการ

จากการศึกษาเรื่อง การออกแบบสื่อและประชาสัมพันธ์การศึกษา บริษัท ลอคค์ บอค์ จำกัด คณะผู้จัดทำได้ออกแบบสื่อโฆษณาในรูปแบบโปสเตอร์และสื่อในรูปแบบไฟล์ดิจิทัล เพื่อใช้ฉายขึ้นจอ LED และสื่อออนไลน์ต่างๆ เพื่อนำเสนอบริการและ โปรโมชันของทางบริษัท ซึ่งได้นำไปใช้ที่ศูนย์บริการสาขา สยามพารากอน สาขาสนามบินสุวรรณภูมิ และตู้บริการที่ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ (BTS) ตามสถานีต่างๆ และ ตู้บริการที่รถไฟฟ้ามหานคร(MRT) ตามสถานีต่างๆ โดยมีขั้นตอนในการจัดทำดังนี้

4.1.1 การรับงานและขอบเขตงานก่อนลงมือทำก่อนเริ่มงานต้องดูรายละเอียดและลักษณะของงานว่าเป็นงานประเภทใดและจุดประสงค์หลักขององค์กรว่าจะนำงานที่รับมอบหมายนี้ไปแสดงในรูปแบบใด

4.1.2 การวิเคราะห์เนื้อหาที่ได้รับเมื่อได้รับมอบหมายงานแล้วในการออกแบบชิ้นงานควรคำนึงถึงองค์กรเป็นหลัก เพื่อให้ชิ้นงานที่ออกแบบไม่เกินขอบเขตขององค์กรจนเกินไป การใช้ตัวอักษร ต้องเป็นไปตามที่องค์กรกำหนดและสีที่ใช้ควรใช้เป็น โทนสีของทางบริษัทและคำนึงการออกแบบสื่อโฆษณาให้ดูเรียบง่ายและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

4.1.3 การหาข้อมูลเพื่อใช้ในการออกแบบเนื่องจากการออกแบบชิ้นงานมีความหลากหลายตามการใช้งานจึงต้องวิเคราะห์เนื้อหาโดยการหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เช่น ภาพตัวอย่างการจัดวางรูปแบบที่มีผลต่อการมอง การสร้างจุดเด่นให้กับชิ้นงาน แล้วทำการออกแบบสื่อโฆษณาเพื่อนำไปใช้กับงานที่ได้รับมอบหมาย

4.2 ขั้นตอนการดำเนินงาน

4.2.1 การเตรียมความพร้อมในการทำงาน ศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรทางสื่อออนไลน์ และสอบถามจากพนักงานที่เกี่ยวข้องรวมถึงศึกษาผลงานของบริษัทที่ผ่านมา เรียนรู้วัฒนธรรมในองค์กร แบ่งหน้าที่ในแต่ละชิ้นงานงานให้ชัดเจน จัดระเบียบเวลา และมีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย

4.2.2 การลงมือปฏิบัติชิ้นงาน เมื่อทำความเข้าใจต่องานที่ได้รับมอบหมาย และสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายได้ ศึกษาข้อมูลอย่างละเอียดเพื่อจัดทำผลงานให้เกิดความเหมาะสม ตัวอักษร (Font) ข้อความขององค์กร แม้สีประจำองค์กร อีกทั้งดีใจทฤษฎีให้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่องค์กรต้องการมากที่สุด มีความคิดสร้างสรรค์ จัดวางให้เกิดความสมดุล และเรียกจุดสนใจจากผู้คนได้เป็นอย่างดี รวมถึงตรงกับขอบเขตงานที่ทางองค์กรมีข้อกำหนดมาให้



รูปที่ 4.1 สีประจำองค์กร 3 สี ลำดับจากซ้ายไปขวา
สีเหลือง (#FBBF16) สีแดง (#B6202E) สีน้ำเงิน (#1C3E6E)

Baloo

รูปที่ 4.2 ตัวอักษรประจำองค์กร Baloo

SukhumvitSet-Bold

รูปที่ 4.3 ตัวอักษรประจำองค์กร Sukhumvit Bold

4.3 รายละเอียดของเนื้อหาโครงการ

4.3.1 งานออกแบบโปสเตอร์ โพรโมชัน ซื้อกระเป๋า

สื่อประชาสัมพันธ์ โพรโมชัน ซื้อกระเป๋าทุกไซส์ S M L ฝากสัมภาระฟรี 1 ชั่วโมง ขนาด A4 นำภาพจากทางองค์กรที่ได้ซื้อลิขสิทธิ์มาตัดพื้นหลังให้เหลือเพียงภาพคนลากกระเป๋าและนำไปใช้ในชิ้นงาน เพื่อให้สอดคล้องกับตัวโฆษณาที่สื่อถึง บริการและ โพรโมชัน และจัดวางรูปแบบลงในขนาดที่กำหนดโดยเน้นให้มีขนาดใหญ่ เป็นจุดเด่นเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจความหมายได้รวดเร็ว



รูปที่ 4.4 ภาพคนลากกระเป๋าที่ได้ตัดพื้นหลังแล้ว



รูปที่ 4.5 ผลงานการออกแบบโปสเตอร์ โพรโมชันซื้อกระเป๋า ครั้งที่ 1

หลังจากที่ได้ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ โพรโมชันครั้งที่ 1 แล้ว ได้รับคำแนะนำจากฝ่ายการตลาดแนะนำให้ปรับแก้เป็นรูปแบบ โดยต้องการสื่อถึงความเป็นไทยให้ชาวต่างชาติรับรู้ โดยใช้สัญลักษณ์ของ วัดในประเทศไทย จากที่ได้คำแนะนำให้แก้ไขรูปแบบงานให้มีความเป็นไทย

ทางคณะผู้จัดทำ จึงนำรูปวัดพระแก้วมาใส่ในชิ้นงานแทนพื้นที่ พื้นหลังสีเหลือง เพื่อประยุกต์ใช้ในชิ้นงาน จึงเลือกเป็นภาพวัดพระแก้วเพื่อสื่อถึงความเป็นไทย และเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย



รูปที่ 4.6 ภาพวัดพระแก้ว

นำรูปวัดพระแก้วมาใส่ในชิ้นงานแทนที่ตำแหน่งของพื้นสีเหลือง ปรับภาพให้เข้ากับผลงาน และจัดองค์ประกอบให้เหมาะสม



รูปที่ 4.7 ผลงานการออกแบบโปรมอชั่นซื้อกระเป๋า ครั้งที่ 2

หลังจากที่ได้ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ครั้งที่ 2 แล้ว ได้รับคำแนะนำให้ปรับภาพวัดพระแก้วให้เต็มพื้นที่ ปรับขนาดตัวอักษรให้เห็นชัดเจนมากขึ้น จัดองค์ประกอบให้เหมาะสม และตัดแถบสีแดงกับสีเหลืองออกเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์และลงตัวมากยิ่งขึ้น



รูปที่ 4.8 ผลงานการออกแบบโปรโมชั่นซื้อกระเป๋า แบบสมบูรณ์

4.3.2 งานออกแบบโปรโมชั่นแอดไลน์

งานแอดไลน์ รับโปรโมชั่นฝากสัมภาระฟรี 1 ชั่วโมง ขนาด 1920x1080 pixel ขึ้นตอนการออกแบบชิ้นงาน ได้นำภาพไลน์จากบริษัทมาทำการตัดฉากหลังให้เหลือเพียงตัวการ์ตูนสติ๊กเกอร์ไลน์ที่ต้องการ เพื่อนำไปใส่ในชิ้นงาน



รูปที่ 4.9 ภาพไลน์ที่ได้รับจากองค์กร

นำภาพสติ๊กเกอร์ไลน์ที่ได้ทำการตัดพื้นหลังออกแล้ว นำไปใส่ในชิ้นงาน และทำการจัดวางองค์ประกอบให้เหมาะสม ในการออกแบบสื่อโปรโมชั่นไลน์ ออกแบบโดยคำนึงถึงความสนุกสนาน โดยใช้สีเขียวของไลน์เป็นสีหลักในการออกแบบ

รูปที่ 4.10 ผลงานการออกแบบโปรโมชันแอดไลน์ครั้งที่ 1

หลังจากออกแบบโปรโมชันไลน์แล้ว ได้รับคำแนะนำจากฝ่ายการตลาด ให้ปรับแก้ผลงาน โดยต้องการออกแบบให้สื่อมีสีสันที่สวยงาม โดดเด่นและมีความเรียบง่าย การใช้ตัวอักษรที่เป็นทางการขององค์กร เพิ่มไอคอน และการจัดวางองค์ประกอบของงานให้มีการไล่ตำแหน่งและขนาดเล็กมาใหญ่จากที่ ได้รับคำแนะนำให้แก้ไขรูปแบบงาน จึงได้ทำการปรับแก้ชิ้นงาน โดยการเพิ่มไอคอน เปลี่ยนตัวอักษร แก้ไขเรื่องของสี และการจัดวางองค์ประกอบของงานใหม่ เพื่อให้ผลงานมีความโดดเด่น สนุกสนาน และมีความเรียบง่าย

รูปที่ 4.11 สื่อโปรโมชันแอดไลน์แบบสมบูรณ์

4.3.3 งานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์โปรโมทแอปพลิเคชัน
งานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อโปรโมทโมบายแอปพลิเคชัน ขนาด A4,1200x1200
pixel



รูปที่ 4.12 ภาพโทรศัพท์มือถือที่ได้รับจากทางองค์กร



รูปที่ 4.13 ไอคอน (App Store) ที่ได้รับจากองค์กร



รูปที่ 4.14 ไอคอน (Google play) ที่ได้รับจากองค์กร

นำภาพโทรศัพท์และไอคอนมาใส่ในชิ้นงาน และจัดวางองค์ประกอบของงานให้มีความสวยงาม เรียบง่าย หรุกรหามีความทันสมัย ตามวัตถุประสงค์ของงาน



รูปที่ 4.15 ผลงานการออกแบบโปรมือถือโฆษณาแอปพลิเคชันครั้งที่ 1

หลังจากออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์โปรมือถือโฆษณาแอปพลิเคชัน แล้ว "ได้รับคำแนะนำจากฝ่ายการตลาด ให้ปรับแก้ผลงาน โดยต้องการออกแบบให้สื่อมีความโดดเด่น ชัดเจน และปรับแก้ในเรื่องของการจัดวางองค์ประกอบ การใช้ตัวอักษรและสีที่เป็นสีขององค์กร คือสี เหลือง , แดง , น้ำเงิน มาปรับใช้ในงาน เพื่อให้ชิ้นงานมีความโดดเด่นสะดุดตามากขึ้น จากที่ได้รับคำแนะนำให้แก้ไขรูปแบบงาน จึงได้ทำการปรับแก้ชิ้นงานโดย การแก้ไขเรื่องของการจัดวางองค์ประกอบของชิ้นงานให้ อ่านง่าย สบายตา และมีความโดดเด่นทันสมัย โดยใช้สีหลักขององค์กรมาประยุกต์ใช้ในงานออกแบบเพื่อให้สะดุดตา และแก้ไขเรื่องตัวอักษร ตามคำแนะนำจากฝ่ายการตลาด

NEW!
ALL IN 1 APPS
STORAGE & DELIVERY

บริษัท ล็อคบ็อกซ์ จำกัด
LOCK BOX

DOWNLOAD
NOW!

LOCKBOXTH

- ✓ BOOKING
- ✓ LUGGAGE DELIVERY
- ✓ FIND LOCATION
- ✓ MEMBERSHIP PRIVILEGES

สิทธิพิเศษสำหรับ MEMBERSHIP
รับส่วนลดสูงสุด **10%**

โหลดได้ที่ Google play Download on the App Store

☎ 080-059-5905 www.lockboxth.com LockboxTH facebook.com/lockboxth

รูปที่ 4.16 สื่อโปรโมทโฆษณาแอปพลิเคชันแบบสมบูรณ์

เสร็จสิ้นงานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ในครั้งที่ 2 เป็นผลงานออกแบบโปรโมทโฆษณาแอปพลิเคชัน ขนาด ขนาด A4 , 1200x1200 pixel ออกแบบโดยคำนึงถึงความโดดเด่น ชัดเจน อ่านง่าย สบายตาและมีความเรียบหรูทันสมัย ได้นำส่งผลงานการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ตามที่ได้รับมอบหมาย เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของชิ้นงาน และตรงตามวัตถุประสงค์

4.3.4 งานออกแบบโปรโมชันแอคไลน์รับสิทธิชมภาพยนตร์บียอนด์เดอะเอจ (Beyond the Edge) ขนาด 1920 x 1080 pixel

ในขั้นตอนการออกแบบชิ้นงาน ได้รับภาพจากทางองค์กรเพื่อนำภาพที่ได้มาประยุกต์ใช้ในชิ้นงานการออกแบบ



รูปที่ 4.17 ภาพปกภาพยนตร์จากองค์กร



รูปที่ 4.18 ภาพโทรศัพท์จากองค์กร



รูปที่ 4.19 ภาพผ้าม่านจากองค์กร



รูปที่ 4.20 ภาพเก้าอี้โรงภาพยนตร์จากองค์กร

ขั้นตอนการออกแบบ นำภาพที่ได้รับจากองค์กร มาจัดวางองค์ประกอบให้มีความสวยงาม ออกแบบโดยคำนึงถึงความทันสมัย ให้ความรู้สึกเหมือนอยู่ที่โรงภาพยนตร์ เพิ่มส่วนของเนื้อหาและรายละเอียดของงาน เพื่อให้เกิดงานที่สมบูรณ์ตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์



รูปที่ 4.21 สื่อโปรโมชันแอดไลน์รับสิทธิชมภาพยนตร์แบบสมบูรณ์

เสร็จสิ้นงานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เป็นผลงานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ โปรโมชันแอดไลน์รับสิทธิชมภาพยนตร์ ขนาด 1920 x 1080 pixel ออกแบบโดยคำนึงถึงความโดดเด่น ทันสมัย และให้ความรู้สึกถึงโรงภาพยนตร์ หลังจากออกแบบเสร็จได้นำส่งผลงานการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ตามที่ได้รับมอบหมาย เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของชิ้นงาน และตรงไปตามวัตถุประสงค์

4.3.5 งานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ดาวโหลดแอปพลิเคชัน

หัวข้องานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ดาวโหลดแอปพลิเคชัน ขนาด 1040 x 1040 pixel

ในการออกแบบได้รับรูปโทรศัพท์จากองค์กร เพื่อนำมาแก้ไขและประยุกต์ในใช้งานออกแบบ เพื่อให้มีความเรียบหรูและทันสมัย ตามตัวอย่างที่ได้รับมอบหมาย



รูปที่ 4.22 ภาพโทรศัพท์มือถือจากองค์กร

นำภาพโทรศัพท์มือถือที่ได้รับจากองค์กร มาจัดวางองค์ประกอบและตัดหน้าโทรศัพท์ที่เป็นจอสีขาว เพื่อใส่ข้อมูลในส่วนของรายละเอียดต่างๆ และใช้โทนสีหลักขององค์กรให้มีความโดดเด่น



รูปที่ 4.23 งานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ดาวโหลดแอปพลิเคชันครั้งที่ 1

หลังจากออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ดาวน์โหลดแอปพลิเคชันครั้งที่ 1 แล้ว ได้รับคำแนะนำจากฝ่ายการตลาดให้ปรับแก้ผลงาน โดยต้องให้แก้ไขในเรื่องข้อมูล รายละเอียด และปรับการจัดวางองค์ประกอบให้อ่านงานขึ้น จากที่ได้รับคำแนะนำให้แก้ไขรูปแบบงาน จึงได้ทำการปรับแก้ชิ้นงาน โดยการแก้ไขในส่วนของเนื้อหาและรายละเอียด แก้ไขการจัดวางองค์ประกอบของชิ้นงานให้อ่านง่าย สบายตา และมีความโดดเด่นทันสมัย เพื่อให้มีความสอดคล้องตามคำแนะนำจากฝ่ายการตลาด



รูปที่ 4.24 งานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ดาวน์โหลดแอปพลิเคชันครั้งที่ 2

หลังจากออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ดาวน์โหลดแอปพลิเคชันครั้งที่ 2 แล้ว ได้รับคำแนะนำจากฝ่ายการตลาดให้ปรับแก้ผลงาน โดยให้ปรับแก้การจัดวางองค์ประกอบของงานให้มีความสวยงาม เข้าใจง่าย และแก้ไขขนาดของตัวหนังสือให้มีขนาดใหญ่ขึ้น

จากที่ได้รับคำแนะนำให้แก้ไขรูปแบบงาน จึงได้ทำการปรับแก้ชิ้นงาน โดย การแก้ไข
 ในส่วนของเนื้อหารายละเอียด ขนาดของตัวอักษร และแก้ไขการจัดวางองค์ประกอบของชิ้นงานให้
 อ่านง่าย สบายตา มีความโดดเด่นทันสมัย และมีเนื้อหาที่ชัดเจน ตามคำแนะนำจากฝ่ายการตลาด



รูปที่ 4.25 สื่อประชาสัมพันธ์ดาวน์โหลดแอปพลิเคชันแบบสมบูรณ์

เสร็จสิ้นงานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ในครั้งที่ 3 เป็นผลงานออกแบบสื่อ
 ประชาสัมพันธ์ดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน ขนาด 1040 x 1040 pixel ออกแบบโดยคำนึงถึงความโดดเด่น
 อ่านง่าย สบายตาและมีเนื้อหาที่ชัดเจน หลังจากออกแบบเสร็จได้นำส่งผลงานการออกแบบสื่อ
 ประชาสัมพันธ์ตามที่ได้รับมอบหมาย เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของชิ้นงาน และตรงไปตาม
 วัตถุประสงค์

4.3.6 งานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์รับส่วนลดสมาชิก ขนาด 1920 x 1080 pixel
ขั้นตอนการออกแบบ ได้รับคำแนะนำจากฝ่ายการตลาดให้ออกแบบชิ้นงาน โดย
คำนึงถึงความเรียบง่าย ใช้สีหลักขององค์กร ให้มีความสนุกสนาน และมีเนื้อหารายละเอียดของงาน
ที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย



รูปที่ 4.26 สื่อประชาสัมพันธ์รับส่วนลดสมาชิกแบบสมบูรณ์
เสร็จสิ้นงานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เป็นผลงานออกแบบสื่อรับส่วนลดสมาชิก
ขนาด 1920 x 1080 pixel โดยออกแบบให้มีความเรียบง่าย สบายตา มีเนื้อหาที่ชัดเจน และมีความ
สนุกสนาน หลังจากออกแบบเสร็จได้นำส่งผลงานการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ตามที่ได้รับ
มอบหมาย เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของชิ้นงาน และตรงไปตามวัตถุประสงค์

4.3.7 งานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์หัวข้องานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์หน้าเพจ เฟสบุ๊ก ขนาด 851x315 pixel

ขั้นตอนการออกแบบชิ้นงาน ได้รับคำแนะนำจากฝ่ายการตลาดให้ออกแบบชิ้นงาน โดยคำนึงถึง การใช้โทนสีที่มีความสดใส เรียบง่าย สบายตา และมีเนื้อหารายละเอียดของงานที่ชัดเจน และเข้าใจง่าย



รูปที่ 4.27 งานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์หน้าเพจเฟสบุ๊ก ครั้งที่ 1

หลังจากออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์หน้าเพจเฟสบุ๊ก ครั้งที่ 1 แล้ว ได้รับคำแนะนำจากฝ่ายการตลาดให้ปรับแก้ผลงาน โดยต้องการให้แก้ไขในเรื่องการจัดวางองค์ประกอบ ภาพพื้นหลังให้มีความอ่อนางเพื่อให้ตัวอักษรมีความเด่นชัดและแก้ไขขนาด

จากที่ได้รับคำแนะนำให้แก้ไขรูปแบบงาน จึงได้ทำการปรับแก้ชิ้นงาน โดย การแก้ไข
 ในส่วนของเนื้อหารายละเอียด ขนาดของชิ้นงาน แก้ไขการจัดวางองค์ประกอบของชิ้นงานให้
 อ่านง่าย สบายตา และ ได้นำแถบสีเหลืองขององค์กรออก เพื่อให้งานมีความสดใสและน่าสนใจมาก
 ขึ้น



รูปที่ 4.28 สื่อประชาสัมพันธ์หน้าเพจเฟสบุ๊ก สมบูรณ์

เสร็จสิ้นงานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ในครั้งที่ 2 เป็นผลงานออกแบบสื่อ
 ประชาสัมพันธ์หน้าเพจเฟสบุ๊ก ขนาด 851x315 pixel ออกแบบโดยคำนึงถึงความโดดเด่น เป็น
 ทางการ เรียบง่าย สบายตาและมีเนื้อหาที่ชัดเจน หลังจากออกแบบเสร็จได้นำส่งผลงานการ
 ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ตามที่ได้รับมอบหมาย เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของชิ้นงาน และ
 ตรงไปตามวัตถุประสงค์

4.3.8 งานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสาร

งานออกแบบสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ขนาด A4 แนวนอน ขั้นตอนการออกแบบ
ชิ้นงาน ออกแบบโดยใช้สีเหลือง เป็นสีหลักขององค์กร เพื่อให้โดดเด่นและสวยงามสะอาดตา และ
สื่อถึงความโปร่งใส



รูปที่ 4.29 งานออกแบบสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสาร 1

หลังจากออกแบบสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ครั้งที่ 1 แล้ว ได้รับคำแนะนำจากฝ่าย
การตลาดให้ปรับแก้ผลงาน โดยต้องการให้แก้ไขในเรื่องการจัดวางองค์ประกอบ ภาพพื้นหลัง และ
เพิ่มเนื้อหารายละเอียดข้อมูลของงานให้มีความโดดเด่นชัดเจนมากขึ้น

จากที่ได้รับคำแนะนำให้แก้ไขรูปแบบงาน จึงได้เพิ่มรายละเอียดเนื้อหาของชิ้นงาน ปรับแก้พื้นหลัง และในส่วนของกรอบเนื้อหาโดยการใช้สีขาวยเพื่อให้เนื้อหาที่ต้องการสื่อให้มีความโดดเด่น และแก้ไขการจัดวางองค์ประกอบของชิ้นงานให้ มีความสวยงาม และเรียบง่าย



รูปที่ 4.30 งานออกแบบสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสาร 2

หลังจากออกแบบสื่องานเพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ครั้งที่ 2 แล้ว ได้รับคำแนะนำจากฝ่ายการตลาดให้ปรับแก้ผลงาน โดยต้องการให้แก้ไขในเรื่องภาษาและเนื้อหาที่ใช้ ให้ใช้ภาษาสากล เพื่อให้สื่อสารตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ขนาดของตัวหนังสือ สีของตัวอักษร พื้นหลัง และการจัดวางองค์ประกอบของชิ้นงาน

จากที่ได้รับคำแนะนำให้แก้ไขรูปแบบงาน จึงได้เพิ่มรายละเอียดเนื้อหาของชิ้นงาน ปรับแก้พื้นหลังให้เรียบง่าย แก้ไขภาษาที่ใช้ให้เป็นภาษาสากลเพื่อให้มีความทันสมัย ปรับแก้เนื้อหา รายละเอียดข้อมูล ขนาด สีของกรอบ และตัวอักษรเพื่อให้มีความชัดเจนขึ้น



รูปที่ 4.31 สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์แบบสมบูรณ์

เสร็จสิ้นงานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ในครั้งที่ 3 เป็นผลงานออกแบบสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ขนาด A4 ออกแบบโดยคำนึงถึงความเรียบง่าย สีที่โดดเด่น และเนื้อหาข้อมูลที่มีความชัดเจนทันสมัย หลังจากออกแบบเสร็จได้นำส่งผลงานการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ตามที่ได้รับมอบหมาย เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของชิ้นงาน และตรงไปตามวัตถุประสงค์

4.3.9 งานออกแบบภายในองค์กร(ชุดฟอร์ม)

หัวข้อออกแบบชุดฟอร์มขององค์กร ด้านหน้าและหลัง จำนวน 1 แบบ ได้รับภาพแบบชุดฟอร์มที่ต้องการให้ออกแบบจากฝ่ายการตลาด เพื่อนำมาใช้ภายในองค์กร ออกแบบโดยคำนึงถึงสีหลังขององค์กร และให้มีความเรียบง่ายทันสมัย



รูปที่ 4.32 ตัวอย่างแบบชุดฟอร์ม

ในการออกแบบชุดฟอร์ม ได้รับคำแนะนำจากฝ่ายการตลาด ให้ออกแบบชุดฟอร์ม โดยใช้สีหลักขององค์กรมาประยุกต์ใช้ในงาน เพื่อให้มีสีสันที่โดดเด่น แสดงถึงองค์กร มีความทันสมัย และสวยงาม



รูปที่ 4.33 ออกแบบชุดฟอร์มขององค์กรครั้งที่ 1

หลังจากออกแบบชุดฟอร์มขององค์กร ครั้งที่ 1 แล้ว ได้รับคำแนะนำจากฝ่ายการตลาด ให้ปรับแก้งาน โดยต้องการให้แก้ไขในเรื่องของสี โดยให้เปลี่ยนสีเสื้อเป็นสีเหลืองและแขนเป็นสีน้ำเงินแทน และให้นำกรอบของโลโก้ ออก และเพิ่มเติมเนื้อหาคือ โลโก้ด้านหลัง เพื่อให้มีความสวยงามและเรียบง่าย

จากที่ได้รับคำแนะนำให้แก้ไขรูปแบบงาน จึงได้ปรับแก้เรื่องของสีของชุดฟอร์ม นำกรอบโลโก้ ออก และเพิ่มเติมเนื้อหาบนโลโก้ด้านหลัง ตามคำแนะนำของฝ่ายการตลาด เพื่อให้มีความเรียบง่าย สวยงามและมีความทันสมัยมากขึ้น



รูปที่ 4.34 ออกแบบชุดฟอร์มขององค์กรแบบสมบูรณ์

เสร็จสิ้นงานออกแบบภายในองค์กรในครั้งที่ 2 เป็นผลงานออกแบบชุดฟอร์มขององค์กร ด้านหน้าและหลัง จำนวน 1 แบบ ออกแบบโดยคำนึงถึงองค์กร สีสีนที่โดดเด่นทันสมัย และมีความสวยงาม หลังจากออกแบบเสร็จได้นำส่งผลงานการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ตามที่ได้รับมอบหมาย เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของชิ้นงาน และตรงไปตามวัตถุประสงค์

4.3.10 งานออกแบบภายในองค์กร (บัตรพนักงาน)

ออกแบบบัตรพนักงาน ด้านหน้าและหลัง จำนวน 1 แบบขั้นตอนการออกแบบ ออกแบบโดยคำนึงถึงความเรียบง่าย โดยการใส่สีหลักขององค์กรเป็นสีพื้นหลัง การจัดองค์ประกอบของเนื้อหาที่อ่านง่าย สบายตา ชัดเจนไม่ซับซ้อน และสื่อถึงองค์กร



รูปที่ 4.35 งานออกแบบบัตรพนักงาน (ด้านหน้า) ครั้งที่ 1

หลังจากออกแบบบัตรพนักงาน ครั้งที่ 1 แล้ว ได้รับคำแนะนำจากฝ่ายการตลาดให้ปรับแก้งาน โดยต้องการให้แก้ไขในเรื่องของพื้นหลัง โดยการลดสีเหลืองและเพิ่มสีหลักขององค์กร คือสีเหลือง,แดง,น้ำเงิน เพื่อให้ชิ้นงานมีสีสัน และเพิ่มความสวยงาม ให้ดูทันสมัยมากขึ้น



รูปที่ 4.36 งานออกแบบบัตรพนักงาน (ด้านหน้า) ครั้งที่ 2

จากที่ได้รับคำแนะนำให้แก้ไขรูปแบบงาน จึงได้ปรับแก้เรื่องของสีโดยการใส่สีหลักขององค์กรทั้ง 3 สีมาประยุกต์ใช้ในงาน คือสีเหลือง น้ำเงิน แดง เพื่อให้มีความทันสมัย และมีความโดดเด่น ตามคำแนะนำของฝ่ายการตลาด

ในการออกแบบบัตรพนักงานด้านหลัง ออกแบบโดยคำนึงถึงความเรียบง่าย สวยงาม และมีสีสันที่โดดเด่น โดยการใช้สีหลักขององค์กรเป็นสีพื้นหลัง และจัดวางโลโก้ขององค์กร ไว้ในชั้นงาน เพื่อให้ชั้นงานมีความชัดเจน



รูปที่ 4.37 งานออกแบบบัตรพนักงาน (ด้านหลัง) ครั้งที่ 1



รูปที่ 4.38 งานออกแบบบัตรพนักงาน (ด้านหลัง) ครั้งที่ 2

หลังจากออกแบบบัตรพนักงานขององค์กร ครั้งที่ 1 แล้ว ได้รับคำแนะนำจากฝ่ายการตลาดให้ปรับแก้งาน โดยต้องการให้แก้ไขในเรื่องของกรอบโลโก้ โดยให้นำกรอบสีของโลโก้ ออก และจัดวางองค์ประกอบของโลโก้ในชั้นงานใหม่ เพื่อให้งานมีความสมบูรณ์ และสวยงาม

จากที่ได้รับคำแนะนำให้แก้ไขรูปแบบงาน จึงได้รับแก้ไขเรื่องของรูปแบบของบัตร โดยใช้สีหลักขององค์กรในการออกแบบ และนำกรอบของโลโก้ ออก เพื่อสื่อถึงองค์กรและมีความสวยงามทันสมัย ตามคำแนะนำของฝ่ายการตลาด



รูปที่ 4.39 ออกแบบบัตรพนักงานขององค์กรแบบสมบูรณ์

เสร็จสิ้นงานออกแบบภายในองค์กร เป็นผลงานออกแบบบัตรพนักงานขององค์กร ด้านหน้าและหลัง จำนวน 1 แบบ ออกแบบโดยคำนึงถึงองค์กร สีสนที่โดดเด่นทันสมัย และมีความสวยงาม หลังจากออกแบบเสร็จได้นำส่งผลงานการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ตามที่ได้รับมอบหมาย เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของชิ้นงาน และตรงไปตามวัตถุประสงค์

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลโครงการหรืองานวิจัย

5.1.1 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจ

จากการปฏิบัติงานออกแบบสื่อและประชาสัมพันธ์กรณีศึกษา บริษัท ลอคค์ บอกรซ์ จำกัด ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2561 ถึงวันที่ 31 สิงหาคม 2561 เป็นระยะเวลา 16 สัปดาห์ คณะผู้จัดทำได้ประสบการณ์ในการทำงานออกแบบ งานที่ได้รับมอบหมายส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อที่นำเสนอทาง โซเชียลมีเดีย แอปพลิเคชัน ทางศูนย์บริการผู้บริกรที่ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ (BTS) ตามสถานีต่างๆ และผู้บริกรที่รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (MRT) ตามสถานี โดยการดำเนินงานในครั้งนี้คณะผู้จัดทำใช้โปรแกรม Adobe Illustrator CC 2017 และ โปรแกรม Adobe Photoshop CC 2017 นอกจากนี้ทางบริษัทได้นำผลงานที่ผลิตขึ้น ใช้ประชาสัมพันธ์ เพิ่มช่องทางการบริกรให้สะดวก และมีประสิทธิภาพแก่ผู้มาใช้บริกรมากขึ้น เผยแพร่ต่อกลุ่มเป้าหมาย และประชาชนย่านธุรกิจ เพื่อเป็นทางเลือก และรับรู้ข่าวสารการให้บริกร

5.1.2 ข้อจำกัดหรือปัญหาของโครงการ

1. ศัพท์เฉพาะหรือศัพท์โฆษณาในการทำงาน บางคำที่คณะผู้จัดทำยังไม่ทราบทำให้การทำงานบางครั้งเกิดความล่าช้าเนื่องจากไม่เข้าใจในโจทย์ที่ได้รับมอบหมาย
2. การจัดองค์ประกอบตัวอักษรและสีที่ออกแบบต้องคำนึงถึงรูปแบบภายใต้ขอบเขตของบริษัท
3. รูปแบบของงานต้องผ่านเกณฑ์ของบริษัท ผ่านการตรวจสอบของเจ้าหน้าที่

หลายคน

5.1.3 ข้อเสนอแนะ

1. นำไปประยุกต์ใช้เป็นสื่อภาพเคลื่อนไหว เพื่อเพิ่มความน่าสนใจที่มากขึ้น
2. นำตัวการ์ตูนไปใช้พัฒนากับสินค้าหรือชุดมาสคอต เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้า

5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.2.1 ข้อดีของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

1. ได้ปฏิบัติงาน และเรียนรู้ในการทำงานจริงขององค์กร
2. เรียนรู้แผนระบบงาน และโครงสร้างองค์กร
3. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้
4. เรียนรู้การมีน้ำใจ การช่วยเหลือต่อผู้ร่วมงาน

5.2.2 ปัญหาที่พบของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

1. มองข้ามรายละเอียดเล็กๆน้อยๆ เป็นผลให้มีการแก้ไขชิ้นงานอยู่บ่อยครั้ง
2. อุปกรณ์ที่ใช้ในการออกแบบมีความล่าช้า ส่งผลให้เป็นอุปสรรคต่อการทำงาน เนื่องจากเกิดการอยู่บ่อยครั้งขัดข้องบ่อยครั้ง
3. โปรแกรมที่ใช้ออกแบบมีการขัดข้องและค้างในบางครั้งส่งผลให้ส่งงานล่าช้า

5.2.3 ข้อเสนอแนะ

1. จัดตารางเวลาการทำงานให้ดีและวางแผนเรียงลำดับความสำคัญของแต่ละงาน
2. การพัฒนาโครงการควรตรวจสอบความถูกต้องของงานให้ผิดพลาดน้อยที่สุด

บรรณานุกรม

วิรัตน์พัชร แสงวัชรมรกด. (2565). ความหมายขององค์ประกอบศิลป์.

<https://www.thaigoodview.com/knowledge/8352/artistic-elements>

Narisara channok. (2555). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสี. <https://narisaraom55223.blogspot.com/?m=1>

Rajamangala. (2551). วิชาสื่อโฆษณา. http://www.geocities.ws/kanitt_88/lesson4.htm

Saneeya. (2557). องค์ประกอบศิลป์. <https://saneeya01.wordpress.com/2014/10/25/>





ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.

ภาพผลงานที่ได้ใช้งานจริง

1. ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ โปรโมชันซื้อกระเป๋า



รูปที่ ก.1 ภาพผลงานที่ได้ใช้งานครั้งที่ 1 ตัวอย่างหลังจากออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์

2. ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ แอดไลน์ รับโปรโมชันฝากสัมภาระฟรี 1 ชั่วโมง ขนาด 1920x1080 pixel



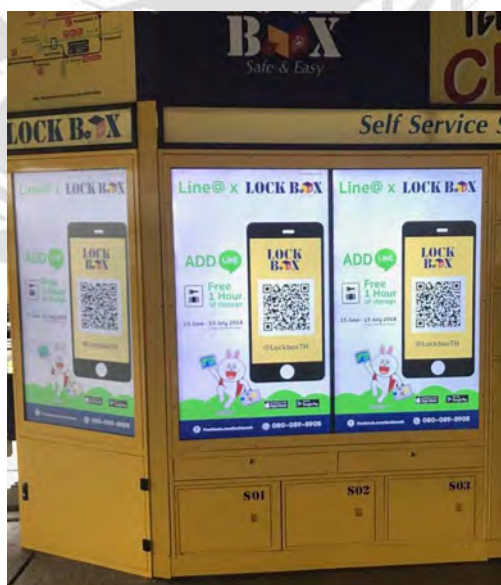
รูปที่ ก.2 ภาพผลงานที่ได้ใช้งานครั้งที่ 2 ตัวอย่างหลังจากออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์

3. ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ แอดไลน์ รับโปรโมชันฝากสัมภาระฟรี 1 ชั่วโมง ขนาด 800x800 pixel



รูปที่ ก.3 ภาพผลงานที่ได้ใช้งานครั้งที่ 3 ตัวอย่างหลังจากออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์

4. ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ แอดไลน์ รับโปรโมชันฝากสัมภาระฟรี 1 ชั่วโมง ขนาด 1080x1920 pixel



รูปที่ ก.4 ภาพผลงานที่ได้ใช้งานครั้งที่ 4 ตัวอย่างหลังจากออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์

5. ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์โปรโมทโมบายแอปพลิเคชัน ขนาด A4



รูปที่ ก.5 ภาพผลงานที่ได้ใช้งานครั้งที่ 5 ตัวอย่างหลังจากออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์

6. ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์โปรโมชันแอดไลน์รับสิทธิชมภาพยนตร์บียอน เคอะเอช (Beyond the Edge) ขนาด 1920 x 1080 pixel



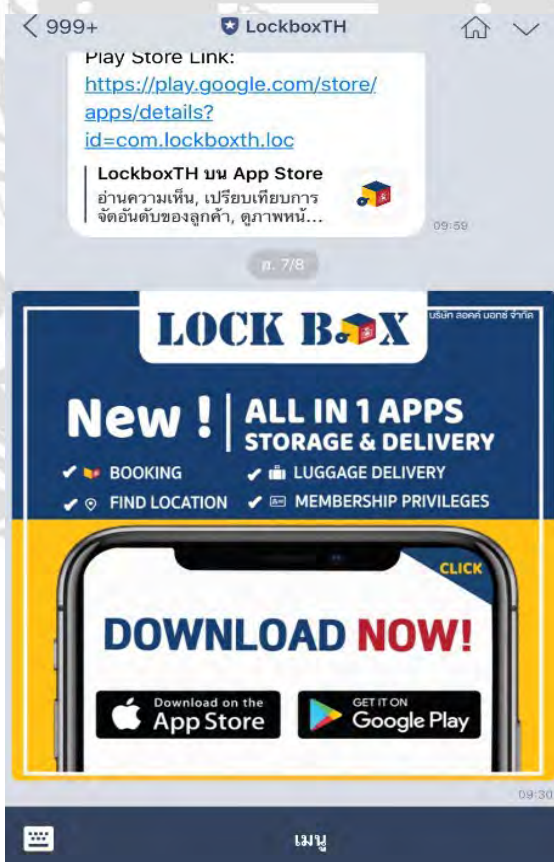
รูปที่ ก.6 ภาพผลงานที่ได้ใช้งานครั้งที่ 6 ตัวอย่างหลังจากออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์

7. ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์โปรโมชันแอดไลน์รับสิทธิชมภาพยนตร์บียอนด์ เดอะเอจ (Beyond the Edge) ขนาด 1080 x 1920 pixel



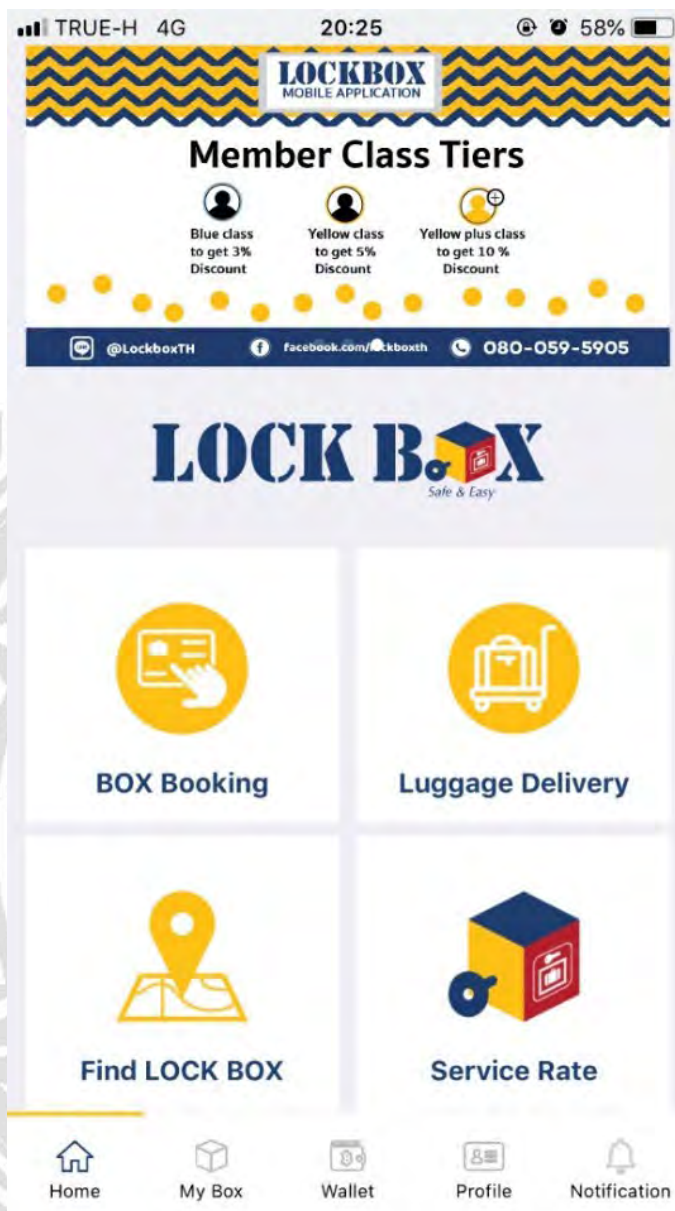
รูปที่ ก.7 ภาพผลงานที่ได้ใช้งานครั้งที่ 7 ตัวอย่างหลังจากออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์

8. ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ควาน์โพลดแอปพลิเคชัน ขนาด 1040 x 1040 pixel



รูปที่ ก.8 ภาพผลงานที่ได้ใช้งานครั้งที่ 8 ตัวอย่างหลังจากออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์

9. ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์รับส่วนลดสมาชิก ขนาด 1920 x 1080 pixel



รูปที่ ก.9 ภาพผลงานที่ได้ใช้งานครั้งที่ 9 ตัวอย่างหลังจากออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์

10. ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์หน้าเพจเฟซบุ๊ก ขนาด 851x315 pixel



รูปที่ ก.10 ภาพผลงานที่ได้ใช้งานครั้งที่ 10 ตัวอย่างหลังจากออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์

11. ออกแบบสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ขนาด A4 แนวนอน



รูปที่ ก.11 ภาพผลงานที่ได้ใช้งานครั้งที่ 11 ตัวอย่างหลังจากออกสื่อประชาสัมพันธ์

12. ออกแบบชุดฟอร์มขององค์กร ด้านหน้าและหลัง จำนวน 1 แบบ



รูปที่ ก.12 ภาพผลงานที่ได้ใช้งานครั้งที่ 12 ตัวอย่างหลังจากออกแบบชุดฟอร์มให้กับทางบริษัท

1. ออกแบบบัตรพนักงาน ด้านหน้าและหลัง จำนวน 1 แบบ



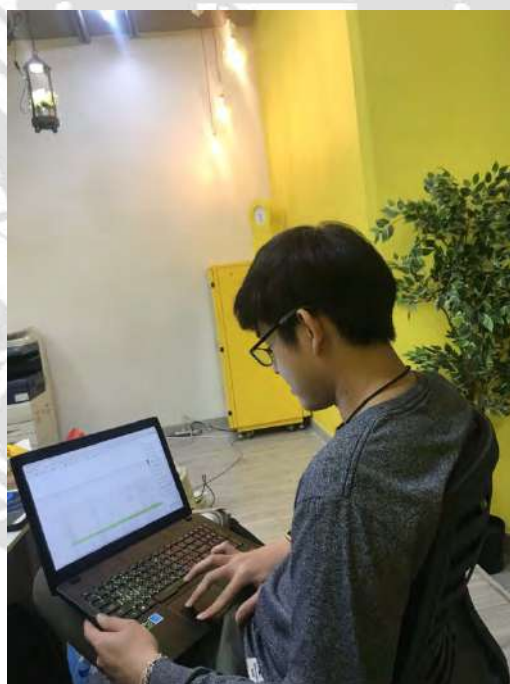
รูปที่ ก.13 ภาพผลงานที่ได้ใช้งานครั้งที่ 13 ตัวอย่างหลังจากออกแบบนามบัตรด้านหน้า

ภาคผนวก ข.

ภาพประกอบการปฏิบัติงาน



รูปที่ ข.1 ขณะปฏิบัติงานออกแบบ โปรโมชันซื้อกระเป๋า ผากฟรี 1 ชม.



รูปที่ ข.2 ตรวจสอบรายการโฆษณาของทางบริษัท



รูปที่ ข. 3 เดินทางไปศูนย์บริการที่สยามพารากอน โปรโมชันซื้อกระเป๋า ฝากฟรี 1 ชม.



รูปที่ ข. 4 ขณะปฏิบัติงานออกแบบ โปรโมชันส่วนลด 25%



รูปที่ ข.5 ขณะตัดงาน Line@ x Lockbox



รูปที่ ข.6 ถ่ายโฆษณา เพื่อทำ Report ส่งลูกค้า



รูปที่ ข.7 ขณะปฏิบัติงานออกแบบ โปร โมชั่นส่วนลด 5%



รูปที่ ข.8 งานออกแบบที่ได้ใช้งานจริง



รูปที่ ข.9 งานออกแบบที่ได้ใช้งานจริง

ประวัติผู้จัดทำ



รหัสนักศึกษา 5806400027
ชื่อ – สกุล นาย ชาญวิทย์ อมรมงคลทอง
คณะ เทคโนโลยีสารสนเทศ
สาขาวิชา แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์
ที่อยู่ 181 หมู่ 5 ตำบล ตาหลวง
อำเภอ ดำเนินสะดวก จังหวัด ราชบุรี 70130
ผลงาน การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์การศึกษา
บริษัท ลอคค์ บอกซ์ จำกัด



รหัสนักศึกษา 5806400024
ชื่อ – สกุล นาย นัฐพงศ์ จงรักษ์
คณะ เทคโนโลยีสารสนเทศ
สาขาวิชา แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์
ที่อยู่ 285/15 หมู่ 2 ซอยพุทธบูชา 38
ถนน พุทธบูชา แขวง บางมด เขต ท่งครุ
จังหวัด กรุงเทพมหานคร 10140
ผลงาน การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์การศึกษา
บริษัท ลอคค์ บอกซ์ จำกัด



รหัสนักศึกษา 5806400022
ชื่อ – สกุล นาย ภูภัทรภณ ดวงมาลา
คณะ เทคโนโลยีสารสนเทศ
สาขาวิชา แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์
ที่อยู่ 492 ซอย เพชรเกษม 77/7
แขวง หนองค้างพลู เขต หนองแขม
จังหวัด กรุงเทพมหานคร 10160
ผลงาน การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์การศึกษา
บริษัท ลอคค์ บอกซ์ จำกัด