



## รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การเป็นครีเอทีฟในกระบวนการก่อนการผลิตของ บริษัท ดิจิวัน (ไทยแลนด์) จำกัด

Being a creative in the pre-production process of Digione (Thailand) Co., Ltd.

โดย

นางสาวจิราภา ชนะกาล 6504600012

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 146-467 สหกิจศึกษา

ภาควิชาภาพยนตร์ โทรทัศน์ และสื่อดิจิทัล

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2567

หัวข้อรายงาน: การเป็นครีเอทีฟในกระบวนการก่อนการผลิตของ บริษัท ดิจิวัน(ไทยแลนด์)จำกัด

: Being a creative in the pre-production process of Digione (Thailand) Co., Ltd.

รายชื่อผู้จัดทำ: นางสาวจิราภา ชนะกาล

หลักสูตร : ภาควิชาโทรทัศน์

อาจารย์นิเทศ : อาจารย์สมเกียรติ ศรีเพชร

อนุมัติให้รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติสหกิจศึกษา หลักสูตรนิเทศศาสตร์  
บัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2567



.....

ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มารุจ ติมปะวัฒนะ)

## จดหมายนำส่งรายงาน

วันที่ 1 เดือน ตุลาคม พ.ศ 2568

เรื่อง ขอส่งรายงานการปฏิบัติสหกิจศึกษา

เรียน อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา ภาควิชาภาพยนตร์ โทรทัศน์ และสื่อดิจิทัล

อาจารย์สมเกียรติ ศรีเพชร

ตามที่คุณจัดทำนางสาวจิราภา ชนะกาล นักศึกษาหลักสูตรภาควิชาภาพยนตร์ โทรทัศน์ และสื่อดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม ได้ไปปฏิบัติสหกิจศึกษาระหว่างวันที่ 19 พฤษภาคม พ.ศ.2568 ถึง 29 สิงหาคม พ.ศ.2568 ในตำแหน่ง นักศึกษาฝึกงาน ครีเอทีฟ ณ บริษัท ดิจวัน(ไทยแลนด์) จำกัด ได้ทำรายงานการปฏิบัติสหกิจหัวข้อเรื่อง “การเป็นครีเอทีฟในกระบวนการก่อนการผลิตของ บริษัท ดิจวัน(ไทยแลนด์) จำกัด”

บัดนี้การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้สิ้นสุดลงแล้ว ผู้จัดทำจึงขอส่งรายงานดังกล่าวมาพร้อมกันนี้จำนวน 1 เล่ม เพื่อขอรับคำปรึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

.....

นางสาวจิราภา ชนะกาล

นักศึกษาสหกิจศึกษา

ภาควิชา ภาพยนตร์ โทรทัศน์ และสื่อดิจิทัล

ชื่อโครงการ: การเป็นครีเอทีฟในกระบวนการก่อนการผลิตของบริษัท ดิจวัน(ไทยแลนด์) จำกัด

หน่วยกิต : 5

ผู้จัดทำ : นางจิราภา ชนะกาล

อาจารย์ที่ปรึกษา: อาจารย์สมเกียรติ ศรีเพ็ชร

ระดับการศึกษา: ปริญญาตรี

หลักสูตร: ภาพยนตร์ โทรทัศน์ และดิจิทัล

คณะ: นิเทศศาสตร์

ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา: 3/2567

### บทคัดย่อ

รายงานการปฏิบัติสหกิจศึกษาเรื่อง “การเป็นครีเอทีฟในกระบวนการก่อนการผลิต (Pre-Production)” จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาท หน้าที่ และทักษะที่จำเป็นของครีเอทีฟในขั้นตอนการเตรียมงานก่อนการผลิตสื่อดิจิทัล ผู้จัดทำมุ่งหวังที่จะทำความเข้าใจกระบวนการทำงานจริงภายในองค์กร และสามารถนำความรู้จากภาคทฤษฎีมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้ดำเนินการ ณ บริษัท ดิจวัน (ไทยแลนด์) จำกัด เป็นเวลา 16 สัปดาห์ โดยผู้จัดทำได้รับมอบหมายให้มีส่วนร่วมในกระบวนการคิดคอนเซ็ปต์ นำเสนอไอเดียต่อหัวหน้าทีม และประสานงานกับทีมออกแบบ ทีมตัดต่อ และฝ่าย Content เพื่อให้แนวคิดสามารถพัฒนาเป็นผลงานจริงที่มีคุณภาพ นอกจากนี้ยังได้สังเกตกระบวนการสื่อสารภายในองค์กร และวิเคราะห์รูปแบบการทำงานร่วมกันระหว่างทีมต่างๆ

ผลการปฏิบัติงานทำให้ผู้จัดทำเข้าใจกระบวนการทำงานของครีเอทีฟในสภาพแวดล้อมจริง พัฒนาทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์ การสื่อสาร การทำงานเป็นทีม และการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ประสบการณ์ครั้งนี้จึงมีคุณค่าอย่างยิ่งต่อการเตรียมความพร้อมสำหรับการทำงานในสายอาชีพนิเทศศาสตร์และการตลาดดิจิทัลในอนาคต

คำสำคัญ: ครีเอทีฟ, กระบวนการก่อนการผลิต, การตลาดดิจิทัล

**Project Title:** A Study on the Production Process of Online and Television News Programs  
**Credits:** 5  
**Authors:** Jirapa Chanakarn  
**Advisor:** Somkiat Sriphech  
**Degree Level:** Bachelor's Degree  
**Program:** Film, Television, and Digital Media  
**Faculty:** Communication Arts  
**Semester/Academic Year:** 3/2024

### Abstract

The cooperative education report titled *“Being a Creative in the Pre-Production Process”* was conducted with the objective of studying the roles, responsibilities, and essential skills of a creative professional in the pre-production stage of digital media development. The author aimed to gain a deeper understanding of real-world workflows within an organization and to apply theoretical knowledge in practical contexts for maximum benefit.

The cooperative education was carried out at DigiOne (Thailand) Co., Ltd. for a duration of 16 weeks. During this period, the author was assigned to participate in concept development, present ideas to team leaders, and coordinate with the design team, editing team, and content department to transform concepts into high-quality deliverables. Furthermore, the author observed internal communication processes and analyzed patterns of collaboration across different teams.

The outcomes of this experience enabled the author to understand the practical functions of a creative in a real working environment, while also enhancing skills in creative thinking, communication, teamwork, and problem-solving. This experience proved to be highly valuable in preparing for a professional career in communication arts and digital marketing.

**Keywords:** Creative, Pre-Production Process, Digital Marketing



Approved by  
Somkiat Sriphech  
(Advisor)

## กิตติกรรมประกาศ

### (Acknowledgement)

การที่ผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ บริษัท ดิจิวัน(ไทยแลนด์)จำกัด ตั้งแต่วันที่ 19 พฤษภาคม 2568 ถึงวันที่ 29 สิงหาคม 2568 ได้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ด้วยดีส่งผลให้ผู้จัดทำได้รับความรู้ประสบการณ์การทำงานต่างๆ และความเข้าใจในชีวิตการทำงานจริง ด้วยความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจาก บริษัท ดิจิวัน(ไทยแลนด์)จำกัด ที่ให้โอกาสผู้จัดทำได้เข้าปฏิบัติงานสหกิจศึกษา กรุณาเสียสละการอบรม สอนงาน และช่วยเหลือด้านต่างๆตลอดระยะเวลาในการปฏิบัติสหกิจศึกษาในครั้งนี้ จึงขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้ จากการสนับสนุนหลายฝ่าย ดังนี้

- |                            |                      |
|----------------------------|----------------------|
| 1.นายรัตน โชติ ศรีคงเมือง  | เจ้าของสถานประกอบการ |
| 2.นายอาทิตย์ ป้องสอน       | พนักงานที่ปรึกษา     |
| 3.อาจารย์สมเกียรติ ศรีเพชร | อาจารย์ที่ปรึกษา     |

และบุคคลท่านอื่นๆที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือในการจัดทำรายงานผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ตลอดจนให้การดูแลและให้ความเข้าใจกับชีวิตการทำงานของผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้จัดทำ

นางสาวจิราภา ชนะกาล

## สารบัญ

|                                                          | หน้า |
|----------------------------------------------------------|------|
| จดหมายนำส่งรายงาน                                        | ก    |
| บทคัดย่อ                                                 | ข    |
| Abstract                                                 | ค    |
| กิตติกรรมประกาศ                                          | ง    |
| บทที่ 1 บทนำ                                             |      |
| 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา                       | 1    |
| 1.2 วัตถุประสงค์                                         | 2    |
| 1.3 ขอบเขตของรายงาน                                      | 2    |
| 1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ                                    | 2    |
| บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัย                          |      |
| 2.1 บทบาทของครีเอทีฟในกระบวนการผลิตสื่อ                  | 3    |
| 2.1.1 การวางแผนแนวคิดหลัก (Key Concept Development)      | 3    |
| 2.1.2 การเขียนบทและจัดทำ Storyboard                      | 3    |
| 2.1.3 การประสานงานกับทีมงานฝ่ายต่างๆ                     | 4    |
| 2.1.4 การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าและการตัดสินใจ               | 4    |
| 2.1.5 การควบคุมคุณภาพของแนวคิดตลอดกระบวนการ              | 4    |
| 2.2 ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre-production)                  | 4    |
| 2.3 ทฤษฎีองค์ประกอบศิลป์ในการจัดภาพและการถ่ายทำ          | 5    |
| 2.4 แนวคิดการสื่อสารและการคิดคอนเทนต์                    | 7    |
| บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน                          |      |
| 3.1 ชื่อและที่ตั้งสถานที่ของที่ประกอบการ                 | 9    |
| 3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร | 10   |
| 3.2.1 ลักษณะการประกอบการ                                 | 10   |
| 3.2.2 ผลิตภัณฑ์และการให้บริการหลักขององค์กร              | 10   |
| 3.3 รูปแบบการจัดองค์กรการและการบริการขององค์กร           | 11   |
| 3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย          | 12   |

|                                          | หน้า |
|------------------------------------------|------|
| 3.5 ชื่อและตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา    | 12   |
| 3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา      | 13   |
| 3.7 ขั้นตอนและวิธีการทำรายงานสหกิจศึกษา  | 13   |
| 3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้           | 15   |
| <b>บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา</b> |      |
| 4.1 ศึกษาหน้าที่การเป็นครีเอทีฟ          | 16   |
| 4.2 หน้าที่ได้รับมอบหมาย                 | 16   |
| 4.3 ปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงาน       | 29   |
| 4.4 การแก้ไขปัญหาและบทเรียนที่ได้รับ     | 29   |
| 4.5 สรุปผลการปฏิบัติงาน                  | 30   |
| <b>บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ</b>       |      |
| 5.1 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา        | 31   |
| 5.1.1 ขั้นตอนการทำPre-production         | 31   |
| 5.1.2 การสนับสนุนการทำงานของทีมงาน       | 31   |
| 5.2 ข้อเสนอแนะ                           | 31   |
| บรรณานุกรม                               | 33   |
| ภาคผนวก                                  | 34   |
| ประวัติผู้จัดทำ                          | 37   |

## สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 3.1 ขั้นตอนและวิธีการทำรายงานสหกิจศึกษา

14



## สารบัญรูปภาพ

|                                                                                    | หน้า |
|------------------------------------------------------------------------------------|------|
| ภาพที่ 2.1 ตัวอย่าง ScriptและStoryboard คลิปวิดีโอคอนเทนต์จากผู้จัดทำ              | 4    |
| ภาพที่ 2.2 ตัวอย่างPre-production Mood/Toneคอนเทนต์คลิปวิดีโอ                      | 5    |
| ภาพที่ 2.3 ตัวอย่างใช้กฎสามส่วน ภาพถ่ายจากทีมงานบริษัทดิจิ้น (ไทยแลนด์) จำกัด      | 5    |
| ภาพที่ 2.4 ตัวอย่างใช้พื้นที่ว่าง ภาพถ่ายจากทีมงานบริษัทดิจิ้น (ไทยแลนด์) จำกัด    | 6    |
| ภาพที่ 2.5 ตัวอย่างภาพใช้สีและแสง ภาพถ่ายจากทีมงานบริษัทดิจิ้น (ไทยแลนด์) จำกัด    | 7    |
| ภาพที่ 2.6 ภาพตัวอย่างVDO Sequence จากผู้จัดทำ                                     | 8    |
| ภาพที่ 3.1 ตราสัญลักษณ์(Logo)ของ บริษัท ดิจิ้น(ไทยแลนด์) จำกัด                     | 9    |
| ภาพที่ 3.2 ตำแหน่งที่ตั้งบริษัท ดิจิ้น(ไทยแลนด์) จำกัด                             | 9    |
| ภาพที่ 3.3 ตำแหน่งพนักงาน บริษัท ดิจิ้น (ไทยแลนด์) จำกัด                           | 11   |
| ภาพที่ 3.4 กรรมการ บริษัท ดิจิ้น(ไทยแลนด์) จำกัด                                   | 12   |
| ภาพที่ 3.5 นายอาทิตย์ ป้องสอน (พี่บอล) พนักงานที่ปรึกษา                            | 13   |
| ภาพที่ 4.1 ตัวอย่างงานที่ได้รับมอบหมาย งานข่าวสด Event Thaixex จากพนักงานที่ปรึกษา | 16   |
| ภาพที่ 4.2 ข้อมูลจากเพจTHAIFEX-Anuga Asia                                          | 17   |
| ภาพที่ 4.3 ตัวอย่างงานที่ได้รับ จากพนักงานที่ปรึกษา                                | 17   |
| ภาพที่ 4.4 ตัวอย่างคลิปคอนเทนต์Tiktok จากpayabaantofu                              | 18   |
| ภาพที่ 4.5 ตัวอย่างปกสไลด์Pre-productionข่าวสดEvent Thaixex                        | 18   |
| ภาพที่ 4.6 ตัวอย่างวัน เวลา สถานที่ Pre-productionข่าวสดEvent Thaixex              | 19   |
| ภาพที่ 4.7 ตัวอย่างสไลด์หน้า Timeline Pre-productionข่าวสดEvent Thaixex            | 19   |

|                                                                                     |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ภาพที่ 4.8 ตัวอย่าง Reference Pre-productionข่าวสดEvent Thaifex                     | 20 |
| ภาพที่ 4.9 ตัวอย่างภาพ VDO Sequence Pre-productionข่าวสดEvent Thaifex               | 20 |
| ภาพที่ 4.10 Mood & Tone Pre-productionข่าวสดEvent Thaifex                           | 21 |
| ภาพที่ 4.11 ตัวอย่าง ScriptและStoryboard คลิปวิดีโอคอนเทนต์                         | 21 |
| ภาพที่ 4.12 ตัวอย่าง Bullet Question Pre-productionข่าวสดEvent Thaifex              | 22 |
| ภาพที่ 4.13 ตัวอย่างหน้าสไลด์Reference ภาพถ่ายPre-productionข่าวสดEvent Thaifex     | 22 |
| ภาพที่ 4.14 ตัวอย่างภาพหน้าสไลด์ Output Pre-productionข่าวสดEvent Thaifex           | 23 |
| ภาพที่ 4.15 ภาพถ่ายตอนสนทนาที่ประชุม                                                | 23 |
| ภาพที่ 4.16 ตัวอย่างแชทที่ได้รับคำแนะนำงานที่ได้มีการนำเสนอ                         | 24 |
| ภาพที่ 4.17 ตัวอย่างภาพที่มีการแก้ไขงาน                                             | 24 |
| ภาพที่ 4.18 ตัวอย่างภาพ Shooting Report งาน Revlon                                  | 25 |
| ภาพที่ 4.19 ภาพลงพื้นที่กับทีมProduction จากทีมงานบริษัทดิจิ้น (ไทยแลนด์) จำกัด     | 26 |
| ภาพที่ 4.20 ช่วยจัดพร็อพและองค์ประกอบภาพของผลิตภัณฑ์                                | 26 |
| ภาพที่ 4.21 ตัวอย่างภาพถ่ายใช้สีและแสง จากทีมงานบริษัทดิจิ้น (ไทยแลนด์) จำกัด       | 27 |
| ภาพที่ 4.22 ตัวอย่างภาพถ่ายใช้การจัดสมดุลภาพ จากทีมงานบริษัทดิจิ้น (ไทยแลนด์) จำกัด | 27 |
| ภาพที่ 4.23 ตัวอย่างการสื่อสารกับฝ่ายออกแบบภาพ                                      | 28 |
| ภาพที่ 4.24 โปรแกรมGoogle sheet ไว้สำหรับอัปเดตไฟล์ภาพงานต่างๆ                      | 28 |
| ภาพที่ 4.25 คัดภาพงานที่ได้รับมอบหมาย ภาพจากผู้จัดทำ                                | 29 |

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคดิจิทัลที่การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์กลายเป็นช่องทางหลักในการเชื่อมโยงระหว่างแบรนด์กับผู้บริโภค อุตสาหกรรมด้านนิเทศศาสตร์ สื่อสารมวลชน และการตลาดดิจิทัลได้เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การแข่งขันไม่ได้จำกัดอยู่ที่เพียงแค่คุณภาพของสินค้าอีกต่อไป แต่รวมถึงความสามารถในการเล่าเรื่องของแบรนด์ การสร้างประสบการณ์ให้กับผู้บริโภคผ่านสื่อ และการดึงดูดความสนใจในระยะเวลาอันสั้น หนึ่งในบทบาทที่สำคัญในกระบวนการเหล่านี้คือ “ครีเอทีฟ” ซึ่งมีหน้าที่ในการคิดสร้างสรรค์แนวคิด นำเสนอคอนเซ็ปต์ และออกแบบทิศทางของเนื้อหา ก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิต (Pre-Production) ความสามารถของครีเอทีฟจึงส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพของแคมเปญและภาพลักษณ์ขององค์กร

บริษัท ดิจิวัน (ไทยแลนด์) จำกัด เป็นหนึ่งในองค์กรที่ดำเนินธุรกิจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการตลาดดิจิทัลแบบครบวงจร โดยมีความเชี่ยวชาญทั้งในการพัฒนาเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน การออกแบบระบบภายในองค์กร รวมไปถึงการวางแผนกลยุทธ์และการทำแคมเปญการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ บริษัทให้บริการแก่ลูกค้าหลากหลายกลุ่ม ทั้งภาคเอกชน หน่วยงานรัฐ และธุรกิจขนาดกลางถึงขนาดย่อม (SMEs) ทั่วประเทศ โดยมีเป้าหมายในการช่วยให้ลูกค้าใช้เทคโนโลยีและสื่อดิจิทัลในการพัฒนาธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้สภาพแวดล้อมการทำงานที่เน้นความคิดสร้างสรรค์ การประสานงานระหว่างฝ่ายต่าง ๆ และการทำงานเป็นทีมที่มีความยืดหยุ่น

ในช่วงของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาผู้จัดทำมีความตั้งใจศึกษาและเรียนรู้บทบาทของการเป็นครีเอทีฟในกระบวนการก่อนการผลิต (Pre-Production) ภายใต้สภาพแวดล้อมการทำงานจริงของบริษัทดิจิวัน (ไทยแลนด์) จำกัด โดยมุ่งหวังที่จะเข้าใจถึงหน้าที่ความรับผิดชอบและทักษะที่จำเป็นในการเป็นครีเอทีฟที่สามารถทำงานร่วมกับทีมงานฝ่ายต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้จัดทำจึงได้มีโอกาสเข้าร่วมในกระบวนการคิดคอนเซ็ปต์สำหรับงานวิดีโอต่างๆ ที่ได้รับมอบหมาย การนำเสนอไอเดียต่อหัวหน้าทีม และการประสานงานกับทีมออกแบบ ทีมตัดต่อ และฝ่ายคอนเทนต์ เพื่อให้แนวคิดสามารถถูกนำไปพัฒนาและผลิตได้อย่างสอดคล้องกันและการสังเกตการณ์รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของกระบวนการก่อนการผลิต

ในช่วงของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ผู้จัดทำได้รับมอบหมายให้มีส่วนร่วมในกระบวนการ Pre-production โดยมีหน้าที่คิดคอนเซ็ปต์สำหรับงานวิดีโองานต่างๆที่ได้รับมอบหมายรวมถึงการนำเสนอไอเดียต่อหัวหน้าทีมและการประสานงานกับทีมออกแบบทีมตัดต่อและฝ่ายคอนเทนต์ เพื่อให้แนวคิดสามารถถูกนำไปพัฒนาและผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งผู้จัดทำยังได้มีโอกาสวิเคราะห์และสังเกตแนวทางการทำงานขององค์กรในด้านสื่อสารภายในและมีส่วนร่วมในการปรับปรุงขั้นตอนการทำงานบางส่วนซึ่งช่วยให้เข้าใจบทบาทของครีเอทีฟในองค์กรได้อย่างลึกซึ้งมากขึ้น

การศึกษาในประเด็นเรื่อง“การเป็นครีเอทีฟในกระบวนการก่อนการผลิต”จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้ผู้จัดทำเข้าใจถึงกระบวนการทำงานจริงในสภาพแวดล้อมขององค์กรทั้งในแง่การทำงานร่วมกับทีมงานการคิดสร้างสรรค์แนวคิดและการจัดการกับข้อจำกัดต่างๆที่เกิดขึ้น ในกระบวนการผลิตสื่อผู้จัดทำสามารถนำองค์ความรู้จากห้องเรียนมาประยุกต์ใช้กับการทำงานจริงและพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการเข้าสู่อาชีพในสายงานนิเทศศาสตร์และการตลาดดิจิทัลในอนาคต อีกทั้งยังเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้จัดทำได้เรียนรู้การปรับตัวการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และการทำงานอย่างมืออาชีพ ซึ่งเป็นประสบการณ์ที่มีคุณค่าอย่างยิ่งต่อการพัฒนาตนเองและการเตรียมพร้อมเข้าสู่ตลาดแรงงาน

## 1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อทราบถึงการเป็นครีเอทีฟในกระบวนการก่อนการผลิตของบริษัท ดิจิวัน(ไทยแลนด์)จำกัด

## 1.3 ขอบเขตของรายงาน

การปฏิบัติงานสหกิจศึกษานี้ศึกษาการเป็นครีเอทีฟในกระบวนการ Pre-Production ก่อนการผลิต ของบริษัท ดิจิวัน(ไทยแลนด์) จำกัด รวมไปถึงเรื่องการประสานงานกับทีมงานฝ่ายต่างๆในบริษัท ภายในระยะเวลาการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ตั้งแต่วันที่ 19 พฤษภาคม 2568 ถึงวันที่ 29 สิงหาคม 2568

## 1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

ผู้จัดทำสามารถนำการเป็นครีเอทีฟในกระบวนการก่อนการผลิตของบริษัท ดิจิวัน (ไทยแลนด์) จำกัด เพื่อสามารถนำไปต่อยอดการประกอบอาชีพในอนาคตได้

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัย

ผู้จัดทำนำเสนอแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตสื่อ โดยเน้นในช่วงก่อนการผลิต

(Pre-production) ซึ่งเป็นขั้นตอนสำคัญที่ครีเอทีฟมีบทบาทหลักในการคิดสร้างสรรค์ วางแผนถ่ายทำ และประสานงานทีมงาน เพื่อให้การผลิตสื่อตอบโจทย์วัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ แนวคิดและทฤษฎีที่นำเสนอในบทนี้จะช่วยสนับสนุนการวิเคราะห์และสะท้อนประสบการณ์การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาในบริษัท ดิจิวัน (ไทยแลนด์) จำกัด โดยใช้แนวคิดดังนี้

#### 2.1 บทบาทของครีเอทีฟในกระบวนการผลิตสื่อ

2.1.1 การวางแผนแนวคิดหลัก (Key Concept Development)

2.1.2 การเขียนบทและจัดทำ Storyboard

2.1.3 การประสานงานกับทีมงานฝ่ายต่างๆ

2.1.4 การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าและการตัดสินใจ

2.1.5 การควบคุมคุณภาพของแนวคิดตลอดกระบวนการ

#### 2.2 ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre-production)

#### 2.3 ทฤษฎีองค์ประกอบศิลป์ในการจัดภาพและการถ่ายทำ

#### 2.4 แนวคิดการสื่อสารและการคิดคอนเทนต์

#### 2.1 บทบาทของครีเอทีฟในกระบวนการผลิตสื่อ

2.1.1 การวางแผนแนวคิดหลัก (Key Concept Development)

ครีเอทีฟมีบทบาทสำคัญในการกำหนดแนวคิดหลักของงานหรือโครงการซึ่งในเว็บไซต์ The Compass for SBC (n.d.) ได้ระบุไว้ว่า แนวคิดหลัก ที่ครอบคลุม ซึ่งดึงดูดความสนใจของผู้ชม มีอิทธิพลต่ออารมณ์ความรู้สึก และสร้างแรงบันดาลใจให้ลงมือทำ เป็นธีมหลักที่เชื่อมโยงถึงกัน ซึ่งสามารถนำไปใช้กับข้อความแคมเปญ คำกระตุ้นการตัดสินใจ ช่องทางการสื่อสาร และกลุ่มเป้าหมายได้ทั้งหมด

2.1.2 การเขียนบทและจัดทำ Storyboard

จากที่เว็บไซต์ Touch Point กลยุทธ์พงศ์ (2565) ได้ระบุไว้ว่าสตอรี่บอร์ดเป็นการสร้างภาพให้เห็นลำดับของการเล่าเรื่องในรูปแบบภาพเคลื่อนไหว เป็นภาพร่างของฉากต่างๆ เพื่อกำหนดการเล่าเรื่อง ลำดับเรื่อง จัดมุมกล้อง กำหนดเวลาซึ่งจะถูกจัดทำขึ้นหลังการเขียนบท

| คลิปที่ 4 | VDO                                                                                                                                                          | Script                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ลำดับ 1   | <ul style="list-style-type: none"> <li>เปิดด้วยไฮไลต์Reactionจากที่ได้ฟังเนื้อเพลงที่ถูกคือ/จากสิ่งที่เราชอบแล้วน่าสนใจ (ตัดสลับคนที่โดนถามคำถาม)</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 2         | <ul style="list-style-type: none"> <li>ผู้เข้าร่วมกิจกรรมขึ้นฟังคำถาม</li> <li>เล่นChallengeร้องเพลง</li> <li>มีReactionของคนฟัง</li> </ul>                  | <p>คำถามเปิด</p> <p>1.เคยฟังเพลงของข้าวแสนดีมาก่อนไหมคะ?</p> <p>2.เดี๋ยววันนี้เราจะมีChallengeให้ร้องเพลงข้าวแสนดีกันแล้วเดี๋ยวมาเฉลยให้ฟังกันค่ะ พร้อมไหมคะ?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ร้องเสร็จเปิดเนื้อเพลงที่ถูกต้องให้เขาฟัง(ไม่ต้องเอาใจกลิ้งไม้ยืนเสียงเพลงออกมา)</li> </ul> |
| 3         | <ul style="list-style-type: none"> <li>ผู้พิธีกรเฉลยเนื้อเพลงที่ถูกต้องให้ฟัง</li> </ul>                                                                     | <p>เนื้อเพลงที่ถูกต้อง</p> <p>ข้าวแสนดี ดิๆๆ หูร่าๆๆ ใส่ไม้คองที่</p> <p>นุ่มกำลังดี ดิๆๆ หูร่าๆๆ ใส่ไม้คองที่ อืมอร่อยกำลังดี</p> <p>ข้าวดีที่ดูแลหัวใจ ข้าวไทยที่คุณต้องชิม ข้าวแสนดี</p>                                                                                                          |

ภาพที่ 2.1 ตัวอย่าง ScriptและStoryboard คลิปวิดีโอคอนเทนต์จากผู้จัดทำ

### 2.1.3 การประสานงานกับทีมงานฝ่ายต่างๆ

การประสานงาน หมายถึง การจัดระเบียบวิธีการทำงาน เพื่อให้งานและ เจ้าหน้าที่ฝ่ายต่างๆ ร่วมมือปฏิบัติงานเป็นน้ำหนึ่งใจเดียว ไม่ทำให้งาน ซ้อนกัน ขัดแย้งกัน หรือเหลื่อมล้ำกัน ทั้งนี้เพื่อให้งานดำเนินไปอย่างราบรื่น สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กรนั้นอย่าง สมานฉันท์และมีประสิทธิภาพ (สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย, 2553)

### 2.1.4 การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าและการตัดสินใจ

จากบทความ ทักษะการแก้ปัญหาและตัดสินใจ สกิลที่ต้องมีไว้ติดตัว เว็บไซต์ ทรูปลูกปัญญา (2564) ระบุว่า การแก้ปัญหาและการตัดสินใจ เป็นทักษะที่เราจำเป็นต้องใช้ในแทบทุกสถานการณ์ และเป็นทักษะที่ "ต้องมี" ไม่ว่าจะเป็นวิชาชีพใดก็ตาม ซึ่งถือได้ว่าจำเป็นและสำคัญในทุกยุคทุกสมัย แม้ว่าจะมีความสามารถในการเรียนการทำงานมากเพียงใด แต่ไม่รู้จักรแก้ปัญหาตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ก็อาจจะตกม้าตายได้ทุกเมื่อ

### 2.1.5 การควบคุมคุณภาพของแนวคิดตลอดกระบวนการ

แม้ว่าครีเอทีฟจะมีบทบาทหลักในช่วงก่อนการผลิต แต่ในขั้นตอนการผลิตและหลังการผลิต ครีเอทีฟยังคงมีหน้าที่ในการตรวจสอบความสอดคล้องของผลงานกับแนวคิดหลัก เช่น ตรวจสอบการตัดต่อ การใส่กราฟิก และการเรียงลำดับภาพ เพื่อให้แน่ใจว่าเนื้อหาที่น่าสนใจออกไปยังคงอยู่ในกรอบความคิดที่ตั้งไว้

## 2.2 ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre-production)

จากเว็บไซต์ KDTV (ม.ป.ป.) ได้ระบุไว้ว่าขั้นตอนก่อนการผลิตมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ก่อนเริ่มทำการผลิตรายการ ได้แก่ การเตรียมข้อมูล การกำหนดหรือวางโครงเรื่อง การประสานงาน ประชุมการวางแผนขั้นตอนก่อนการผลิตเป็นขั้นตอนเริ่มต้นของกระบวนการผลิตสื่อ ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นการวางรากฐานของแนวคิด และกำหนดทิศทางของงาน

อย่างเป็นระบบ หากมีการวางแผนที่ดีในขั้นตอนนี้ จะช่วยให้ขั้นตอนถัดไปดำเนินไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ ในขั้นตอนนี้ คือการนำเสนอแนวคิดสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับเป้าหมายของงาน และสามารถถ่ายทอดออกมาเป็นเนื้อหาที่ชัดเจนและน่าสนใจ อีกทั้งยังต้องสามารถประสานงานกับทีมงานฝ่ายต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้แนวคิดสามารถถูกนำไปผลิตได้จริง

## Mood/Tone

- รู้สึกถึงความอบอุ่น สนุกสนาน คำพูดง่าย ๆ เป็นกันเองที่ฟังแล้วน่ารัก เช่น คำว่า ดีดีดี (ตามเพลงของข้าวแสนดี)

ภาพที่ 2.2 ตัวอย่างPre-production Mood/Toneคอนเทนต์คลิปวิดีโอ

### 2.3 ทฤษฎีองค์ประกอบศิลป์ในการจัดภาพและการถ่ายทำ

การจัดองค์ประกอบภาพ (Composition) เป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างสรรค์สื่อภาพเคลื่อนไหว เช่น ภาพยนตร์ วิดีโอ หรือโฆษณา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสื่อสารอารมณ์ เนื้อหา และความหมายผ่านภาพอย่างมีประสิทธิภาพ จากที่ Alyssa Maio.(2025) ได้ระบุว่าหลักการองค์ประกอบศิลป์พื้นฐานที่ใช้ในการถ่ายทำภาพเคลื่อนไหว มีดังนี้:

#### 1. กฎสามส่วน (Rule of Thirds)

เป็นการแบ่งภาพออกเป็น 9 ช่องเท่าๆกัน โดยการวางจุดสนใจ (Focal Point) ไว้บริเวณจุดตัดของเส้นแนวนตั้งและแนวนอน เพื่อสร้างสมดุลและความน่าสนใจ



ภาพที่ 2.3 ตัวอย่างใช้กฎสามส่วน ภาพถ่ายจากทีมงานบริษัทดิจวัน (ไทยแลนด์) จำกัด

## 2.การจัดสมดุลภาพ (Balance)

การกระจายน้ำหนักขององค์ประกอบในภาพให้เหมาะสม ไม่ให้ภาพดูหนักไปด้านใดด้านหนึ่ง เช่น การวางวัตถุขนาดเล็กหลายชิ้นเพื่อถ่วงสมดุลกับวัตถุขนาดใหญ่

## 3.เส้นนำสายตา (Leading Lines)

ใช้เส้นในภาพ เช่น ถนน ราวบันได หรือเส้นสายต่างๆ เพื่อดึงดูดสายตาผู้ชมไปยังจุดสนใจหลักของภาพ

## 4.พื้นที่ว่าง (Negative Space)

การเว้นพื้นที่รอบๆ วัตถุเพื่อสร้างความโดดเด่นให้จุดสนใจ ช่วยให้ภาพดูโปร่ง โล่ง และสื่อสารได้ชัดเจนขึ้น



ภาพที่ 2.4 ตัวอย่างใช้พื้นที่ว่าง ภาพถ่ายจากทีมงานบริษัทจิตวิน (ไทยแลนด์) จำกัด

## 5.เฟรมซ้อนเฟรม (Frame Within a Frame)

การใช้สิ่งของในฉาก เช่น หน้าต่าง ประตู หรือเงา เพื่อสร้างกรอบธรรมชาติในภาพ ช่วยเพิ่มมิติ และเน้นจุดสนใจ

## 6.มุมกล้อง (Camera Angles)

เช่น มุมสูง (High Angle), มุมต่ำ (Low Angle), มุมปกติ (Eye Level) ซึ่งช่วยถ่ายทอดอารมณ์หรือมุมมองของเรื่องราว

## 7.สีและแสง (Color & Lighting)

การใช้สีโทนร้อนหรือเย็น และการวางแสงเงาในฉากจะมีผลต่อความรู้สึกและอารมณ์ที่ผู้ชมได้รับจากภาพ



ภาพที่ 2.5 ตัวอย่างภาพใช้สีและแสง ภาพถ่ายจากทีมงานบริษัทดิวัน (ไทยแลนด์) จำกัด

## 2.4 แนวคิดการสื่อสารและการคิดคอนเทนต์

การคิดคอนเทนต์และการวางแผนทางการสื่อสาร เป็นหัวใจสำคัญในการผลิตสื่อในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะในกระบวนการก่อนการผลิต (Pre-Production) ซึ่งเป็นช่วงที่ครีเอทีฟจะต้องวางแผนแนวคิดหลักของชิ้นงาน เพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ ตรงกลุ่มเป้าหมาย และสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ชมได้อย่างแท้จริง (Kotler & Armstrong, 2020)

ในกระบวนการผลิตสื่อ ไม่ว่าจะเป็นโฆษณา วิดีโอประชาสัมพันธ์ หรือคอนเทนต์ออนไลน์ทั่วไป ครีเอทีฟจะต้องเริ่มจากการวิเคราะห์วัตถุประสงค์ของสื่อ (Communication Objective) ว่าต้องการ "สื่อสารอะไร" กับ "ใคร" และ "เพื่ออะไร" จากนั้นจึงพัฒนาแนวคิดหลัก (Big Idea) ที่สอดคล้องกับแบรนด์ สินค้า หรือองค์กร พร้อมกำหนดรูปแบบการนำเสนอให้เหมาะสมกับสื่อที่ใช้ เช่น วิดีโอสั้น, โพสต์บนโซเชียลมีเดีย, ภาพนิ่ง หรือแอนิเมชัน เป็นต้น

แนวคิดด้านการสื่อสาร (Communication Concept) ที่นิยมใช้ในงานครีเอทีฟสื่อดิจิทัล ได้แก่ การใช้ "Emotional Appeal" หรือ "เหตุผลทางอารมณ์" เพื่อกระตุ้นความรู้สึกของผู้ชม เช่น ความสุข ความอบอุ่น ความตลก หรือแรงบันดาลใจ รวมถึง "Rational Appeal" หรือ "เหตุผลทางตรรกะ" ที่เน้นการให้ข้อมูล ข้อเท็จจริง หรือคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในสินค้าและบริการ (Primal Digital Agency, 2024)

นอกจากนี้ การวางแผนกลยุทธ์คอนเทนต์ยังต้องคำนึงถึง "Customer Journey" หรือเส้นทางของผู้บริโภค ตั้งแต่ขั้นการรับรู้ (Awareness), ความสนใจ (Interest), ความต้องการ (Desire) ไปจนถึงการลงมือ (Action) ซึ่งแนวคิด AIDA Model จึงมักถูกนำมาใช้เป็นแนวทางในการคิดโครงสร้างคอนเทนต์ โดยเฉพาะในงานที่มีเป้าหมายเพื่อการขายหรือกระตุ้นการมีส่วนร่วม (Strong, 1925)

ในบริบทของการทำงานในสายครีเอทีฟ คอนเทนต์ที่ดีจะต้องสามารถตอบโจทย์ทั้งในเชิง “กลยุทธ์” และ “ความคิดสร้างสรรค์” ซึ่งหมายความว่า ไม่เพียงแต่ต้องสื่อสารได้ชัดเจนและถูกต้องเท่านั้น แต่ยังต้อง “น่าสนใจ” “โดดเด่น” และ “แตกต่าง” เพียงพอที่จะดึงดูดผู้ชมในเวลาอันสั้น โดยเฉพาะเมื่อคอนเทนต์ต้องแข่งขันในพื้นที่โซเชียลมีเดียที่มีข้อมูลมหาศาลปรากฏต่อสายตาผู้ชมอยู่ตลอดเวลา (The Standard, 2020)

## VDO Sequence



1. เปิดตัวด้วยไฮไลท์ 3 คำให้เก็บข่าวแซนติ



2. ช่วงเข้าสัมภาษณ์



3. ถ่ายรูป/วิดีโอคนสัมภาษณ์กับของที่จะเลิก

ภาพที่ 2.6 ภาพตัวอย่างVDO Sequence จากผู้จัดทำ

### บทที่ 3

#### รายละเอียดการปฏิบัติงาน

##### 3.1 ชื่อและที่ตั้งสถานที่ของที่ประกอบการ

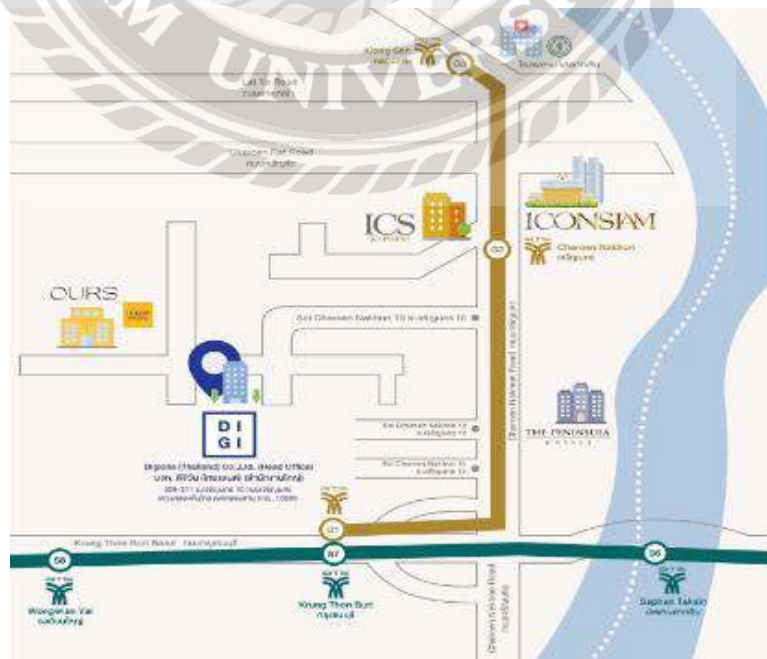
บริษัท ดิจวัน(ไทยแลนด์) จำกัด

209-211 ซ.เจริญนคร 10 ถนนเจริญนคร แขวงคลองตันใต้ เขตคลองสาน

กรุงเทพมหานคร



ภาพที่ 3.1 ตราสัญลักษณ์(Logo)ของ บริษัท ดิจวัน(ไทยแลนด์) จำกัด



ภาพที่ 3.2 ตำแหน่งที่ตั้งบริษัท ดิจวัน(ไทยแลนด์) จำกัด

### 3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร

#### 3.2.1 ลักษณะการประกอบการ

บริษัท ดิจิวัน (ไทยแลนด์) จำกัด เป็นผู้ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลแบบครบวงจร โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการพัฒนาโซลูชันด้านไอทีเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัล บริษัทมีความเชี่ยวชาญทั้งในด้านการพัฒนาระบบซอฟต์แวร์ การออกแบบ UX/UI การตลาดออนไลน์ และการวางแผนกลยุทธ์ดิจิทัล ลักษณะการประกอบธุรกิจครอบคลุมการพัฒนาเว็บไซต์และแอปพลิเคชันตามความต้องการของลูกค้า รวมถึงระบบจัดการข้อมูลภายในองค์กร (Enterprise Solutions) เช่น ระบบ CRM ระบบจัดซื้อจัดจ้าง และระบบบริหารสินค้าคงคลัง โดยเน้นการออกแบบที่ตอบโจทย์การใช้งานจริง ในด้านการตลาดดิจิทัล บริษัทให้บริการครบวงจร เช่น การทำโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ การบริหาร Social Media และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อวัดผลแคมเปญ พร้อมให้คำปรึกษาด้านกลยุทธ์เทคโนโลยี เช่น การเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่ดิจิทัล (Digital Transformation) ด้วยประสบการณ์ที่ครอบคลุมและความเชี่ยวชาญในสายงาน บริษัทได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าในหลากหลายกลุ่ม ทั้งภาครัฐ เอกชน และธุรกิจ SME ทั่วประเทศ และยังคงมุ่งมั่นพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของตลาดในอนาคต

#### 3.2.2 ผลิตภัณฑ์และการให้บริการหลักขององค์กร

- การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Strategy) บริษัทมีความเชี่ยวชาญในการวางแผนและสร้างแคมเปญการตลาดออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ โดยให้บริการตั้งแต่การกำหนดแนวคิด การวางกลยุทธ์ การเลือกช่องทางการตลาดที่เหมาะสม รวมถึงการวัดผลและปรับปรุงประสิทธิภาพของแคมเปญให้สามารถตอบโจทย์เป้าหมายของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- การผลิตเนื้อหา (Content Creation) บริการผลิตเนื้อหาทั้งในรูปแบบภาพ วิดีโอ และข้อความ เพื่อใช้ในการสื่อสารแบรนด์ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ หรือโฆษณาออนไลน์ โดยเนื้อหาจะถูกออกแบบให้มีความคิดสร้างสรรค์และสะท้อนตัวตนของแบรนด์ได้อย่างชัดเจน เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริโภค
- การออกแบบเว็บไซต์เชิงสร้างสรรค์ (Creative Web Design) บริการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย คำนึงถึงทั้งความสวยงามและการใช้

งานที่มีประสิทธิภาพ เว็บไซต์ทุกโปรเจกต์จะถูกออกแบบให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สื่อสารตัวตนของแบรนด์ได้อย่างชัดเจน

- ระบบร้านค้าออนไลน์ (E-commerce Development) พัฒนาระบบร้านค้าออนไลน์ (E-commerce) ที่มีความซับซ้อนแต่ใช้งานง่าย รองรับธุรกิจหลากหลายรูปแบบ โดยมุ่งเน้นการออกแบบที่สวยงาม ฟังก์ชันครบถ้วน และคุ้มค่ากับงบประมาณของลูกค้า
- การพัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือ (Mobile Application Development) บริษัทมีบริการพัฒนาแอปพลิเคชันทั้งในระบบ iOS และ Android โดยครอบคลุมตั้งแต่การคิดแนวคิดและออกแบบโครงสร้างของแอป ไปจนถึงการพัฒนาและทดสอบระบบ เพื่อให้แอปพลิเคชันสามารถตอบโจทย์ความต้องการของธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### 3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริการขององค์กร



ภาพที่ 3.3 ตำแหน่งพนักงาน บริษัท ดิจิวัน (ไทยแลนด์) จำกัด



ภาพที่ 3.4 นายรัตนโชติ ศรีคงเมือง  
ประธานกรรมการ บริษัท ดิจิวัน(ไทยแลนด์) จำกัด  
ภาพถ่ายจากทีมงานบริษัทดิจิวัน (ไทยแลนด์) จำกัด

### 3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

นางสาวจิราภา ชนะกาล ได้ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ บริษัท ดิจิวัน(ไทยแลนด์) จำกัด ในตำแหน่ง Creative โดยลักษณะงานที่ได้รับ

- การทำ Pre-Product งานต่างๆที่ได้รับมอบหมาย
- การไปออกกองถ่ายนอกสถานที่ เพื่อคอยประสานงานกับทีมProduction
- การทำ Shooting Report ประสานงานกับทีมงาน
- คัดภาพหลังทำ Production เพื่อส่งต่อให้กับฝ่าย Graphic

### 3.5 ชื่อและตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา

#### 3.5.1 ชื่อพนักงานที่ปรึกษา

นาย อาทิตย์ ป้องสอน (พี่บอล)

#### 3.5.2 ตำแหน่งงานของพนักงานปรึกษา

ตำแหน่ง Project Director(PD)



รูปที่ 3.5 นายอาทิตย์ ป้องสอน (พี่บอล)  
ภาพถ่ายจากทีมงานบริษัทดิจิ้น (ไทยแลนด์) จำกัด  
พนักงานที่ปรึกษา

### 3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

3.6.1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน ตั้งแต่วันที่ 19 พฤษภาคม - 29 สิงหาคม 2568  
(รวมทั้งสิ้น 16 สัปดาห์)

3.6.2 วันเวลาในการปฏิบัติสหกิจ วันจันทร์-วันศุกร์ เวลา 09:00 น. - 17:00 น.

### 3.7 ขั้นตอนและวิธีการการทำรายงานสหกิจศึกษา

#### 3.7.1 ขั้นตอนและวิธีการทำรายงาน

- คู่มือรายงานที่ได้รับมอบหมายที่สามารถนำมาทำเป็นรายงานสหกิจศึกษาได้
- ปรึกษาหัวข้อรายงานกับอาจารย์ที่ปรึกษา
- นำเสนอหัวข้อรายงานและปรึกษาพนักงานที่ปรึกษา
- นำเสนอหัวข้อรายงานสหกิจให้กับอาจารย์ที่ปรึกษา
- เริ่มทำรายงานสหกิจศึกษา
- จัดบันทึกงานที่ได้รับมอบหมายในแต่ละวัน
- รวบรวมและสรุปข้อมูลทั้งหมดเพื่อนำมาทำเล่มรายงานสหกิจศึกษา
- ประเมินผลจากอาจารย์ที่ปรึกษาและพนักงานที่ปรึกษา

## 3.7.2 พัฒนาการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

| ระยะเวลา      | รายละเอียดการปฏิบัติงานสหกิจ                                                                                                                                                                                                    |
|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| สัปดาห์ที่ 1  | 1.ทำความเข้าใจเกี่ยวกับพื้นฐานการทำงาน และรูปแบบการทำงานของทีม<br>2.ออกกองเพื่อเรียนรู้การทำงานของ Creative และทีมProduction<br>3.ทำPre-Production งานEvent Thaifex (ข้าวแสนดี - Interview)<br>4.อัปเดตงานที่ได้รับมอบหมาย      |
| สัปดาห์ที่ 2  | 1.นำเสนอ Concept และ Pre-Production กับ Team Head<br>2.แก้ไขPre-Product<br>3.ออกกองงาน Event Thaifex เพื่อลงพื้นที่สัมภาษณ์คนในงาน                                                                                              |
| สัปดาห์ที่ 3  | 1.ทำShot list ของProduct Ultima<br>2.เข้าร่วมประชุม Full Team<br>3.จัดรูปงาน Event Thaifex ส่งให้ฝ่าย Grachic                                                                                                                   |
| สัปดาห์ที่ 4  | 1.คอยCheck list ให้ทีมProductionในตอนถ่าย งานProduct Ultima<br>2.เช็ครูปที่ฝ่าย Grachic ทำมาให้                                                                                                                                 |
| สัปดาห์ที่ 5  | 1.ออกกองCheck list ช่วยทีมProduction รายการReal Rice Real Life<br>2. DIGI Photo Shooting                                                                                                                                        |
| สัปดาห์ที่ 6  | 1.จัดรูป DIGI Photo Shooting /รายการReal Rice Real Life<br>2.Shooting report กับทีมContent/ติดต่อ งานEvent Thaifex                                                                                                              |
| สัปดาห์ที่ 7  | 1.จัดรูป DIGI Photo Shooting (ต่อ)<br>2. ทำPre-Production เต้าหู้ไข่ไก่ตรานางพญาบาลxStreet Food<br>3.อาจารย์ที่ปรึกษามานิเทศในสถานที่ฝึกงาน                                                                                     |
| สัปดาห์ที่ 8  | 1.อัปเดตงาน เต้าหู้ไข่ไก่ตรานางพญาบาลxStreet Food<br>2.นำเสนอ Pre-Production เต้าหู้ไข่ไก่xStreet Food ให้ทีมProduction<br>3.ออกกอง Check list งาน เต้าหู้ไข่ไก่ตรานางพญาบาลxStreet Food<br>4. ทำPre-Production งานEvent Revlon |
| สัปดาห์ที่ 9  | 1.Full team Meeting<br>2.ทำShot list งานถ่ายProduct ULTMA II /JD FOOD<br>3. คอยCheck list ให้ทีมProductionในตอนถ่ายของ ULTMA II /JD FOOD<br>4. นำเสนอ Pre-Production งานEvent Revlon                                            |
| สัปดาห์ที่ 10 | 1. Full team Meeting<br>2.ลงพื้นที่หาlocationถ่ายงาน O.M.G. Content                                                                                                                                                             |

|               |                                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|               | 3.Check list ช่วยทีมProduction ในสตูดิโอ งาน O.M.G. Content<br>4.Shooting report กับทีมContent/ตัดต่อ งานEvent Revlon                                                                                                                |
| สัปดาห์ที่ 11 | 1. ทำShot list งานถ่าย Revlon Hair Color<br>2. คอยCheck list ให้ทีมProductionในตอนถ่ายงาน Revlon Hair Color<br>3. ศึกษารูปภาพงานถ่ายของ ULTIMA II /JD FOOD/ Event Revlon                                                             |
| สัปดาห์ที่ 12 | 1. ทำShot list Product Focus Revlon<br>2. ช่วยจัด Product Focus Revlon ตอนถ่ายในสตูดิโอ<br>3. ศึกษารูปภาพ Product Focus / O.M.G. Content Revlon ส่งให้ฝ่าย Graphic<br>4. คิด creative shot และVDO Swatches ของ Revlon Multiple Blush |
| สัปดาห์ที่ 13 | 1. อาจารย์ที่ปรึกษาเข้านิเทศ คุยเรื่องรูปเล่มสหกิจศึกษา<br>2. คอยCheck list ให้ทีมProductionในตอนถ่ายของ NPD illuminator                                                                                                             |
| สัปดาห์ที่ 14 | 1. ศึกษารูปภาพถ่ายของ Revlon NPD illuminator                                                                                                                                                                                         |
| สัปดาห์ที่ 15 | 1. ประสานงานกับเพื่อนร่วมงานเกี่ยวกับการถ่ายภาพเพื่อส่งต่อให้ทำหน้าที่ต่อ                                                                                                                                                            |
| สัปดาห์ที่ 16 | 1. พบอาจารย์ที่ปรึกษา<br>และปรึกษาระบบการเขียนเล่มรายงานกับอาจารย์ที่ปรึกษา                                                                                                                                                          |

ตารางที่ 3.1 ตารางการปฏิบัติงานสหกิจ

### 3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

ฮาร์ดแวร์ ได้แก่ 1. โน้ตบุ๊ก

2. Brother Printer

3. ฮาร์ดไดรฟ์

4. หนูพัง

5. เม้าส์ไร้สาย

6. ปากกา

ซอฟต์แวร์ ได้แก่ 1. โปรแกรม imaging edge desktop สำหรับศึกษารูปภาพ

2. โปรแกรม Google drive สำหรับอัปโหลดเก็บรูปภาพบางส่วน

3. โปรแกรม Google sheet สำหรับดูตารางงาน

4. โปรแกรม Google slides สำหรับนำเสนองาน

5. แอป Pinterest สำหรับหาตัวอย่างภาพต่างๆ

6. แอป Instagram , Facebook , Tiktok สำหรับหาตัวอย่างคอนเทนต์

และภาพต่างๆ

## บทที่ 4

### ผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ขั้นตอนการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาในหน้าที่ครีเอทีฟของบริษัท ดิจวัน(ไทยแลนด์) จำกัด มีผลปฏิบัติงานและกระบวนการดังนี้

#### 4.1 ศึกษาหน้าที่การเป็นครีเอทีฟ

หน้าที่โดยสังเขป : คิดและนำเสนองานในขั้นตอน Pre-Production เพื่อวางทิศทางการสื่อสารให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ตลอดจนสนับสนุนการทำงานของทีมงานในด้านต่างๆ

#### 4.2 หน้าที่ได้รับมอบหมาย

ผู้จัดทำได้รับหน้าที่ในตำแหน่งครีเอทีฟ โดยงานที่รับผิดชอบแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1) การคิดคอนเซ็ปต์ ผู้จัดทำได้เรียนรู้กระบวนการคิดไอเดียอย่างเป็นระบบ เริ่มจากการวิเคราะห์วัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมาย เช่น ทำสไลด์การนำเสนอ Pre-production จนถึงการนำเสนอแนวคิดและรับข้อเสนอแนะจากหัวหน้าทีม

ขั้นตอนการทำPre-production มีดังต่อไปนี้

1.รับงานที่ได้รับมอบหมายและทำความเข้าใจ เพื่อทราบความต้องการของลูกค้าว่าต้องการอะไร เช่น คลิปวิดีโอ คอนเทนต์ ภาพนิ่ง เป็นต้น

#### ข้าวแสนดี Event Thafx (Voxpop)



##### สิ่งที่ต้องทราบ

- วัตถุประสงค์แบบสั้นๆ alca street interview หรือ voxpop
- สื่อคำถามที่เกี่ยวข้องกับงาน และเรื่องข่าว หรือสาระสารอื่น
- อายาได้ภาพนิ่ง และวิดีโอแบบภาพนิ่งได้ 13 support กับ content ด้วย

##### ตัวอย่างงาน Pre-Production

- [https://docs.google.com/presentation/d/1kT7NRvEK3hG5MF4U-wVEXSi2BUuU1RMr\\_OawE1kNps/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/presentation/d/1kT7NRvEK3hG5MF4U-wVEXSi2BUuU1RMr_OawE1kNps/edit?usp=sharing)

##### เกี่ยวกับงาน

- [https://www.facebook.com/thaifexanugassak/posts/pfbid02gyYml\\_7HbSsoXNtUubYISD3h59RTXVMcJJ9Jja1PEYNS92PPjW2ystQcmhoU7Nl](https://www.facebook.com/thaifexanugassak/posts/pfbid02gyYml_7HbSsoXNtUubYISD3h59RTXVMcJJ9Jja1PEYNS92PPjW2ystQcmhoU7Nl)
- <https://www.facebook.com/thaifexanugassak/posts/pfbid021CWX2aUJS8S7Ywk9WILQ3ubupP6jdt1uTQULNVao4r3YOMcXckGypu25dMKVHzGP9Hl>

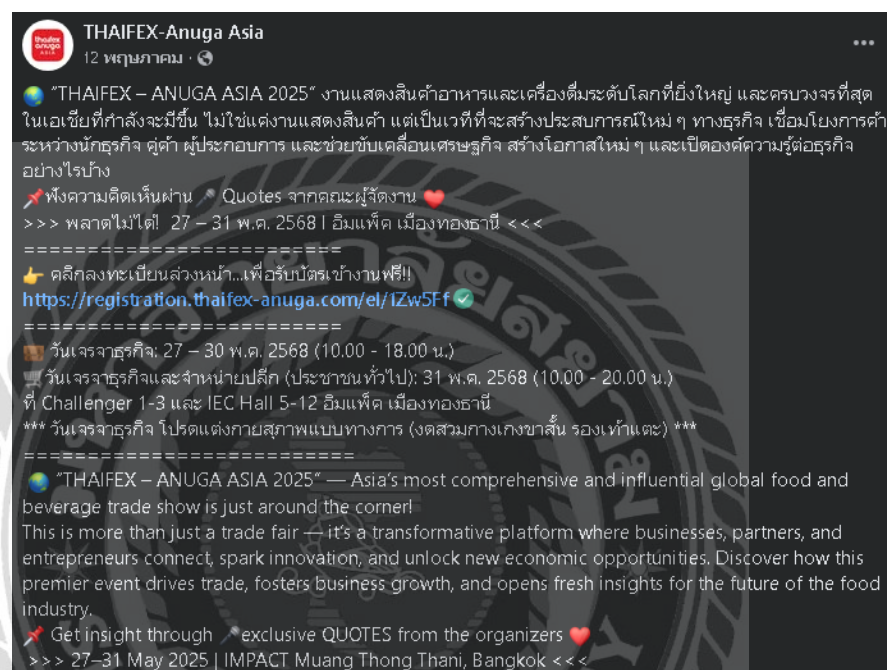
##### Timeline

- 23/05 พังคณพงษ์ไอเดีย แรฟ ข้อมูลอ้างอิง แรฟ

ภาพที่4.1ตัวอย่างงานที่ได้รับมอบหมาย งานข้าวแสนดี Event Thafx จากพนักงานที่ปรึกษา

จากภาพผู้จัดทำได้รับงานมอบหมายจากพนักงานที่ปรึกษา เป็นงานวิดีโอสัมภาษณ์สั้นๆ และภาพนิ่ง ของแบรนด์ข้าวแสนดี โดยในรายละเอียดงานที่พนักงานที่ปรึกษางานให้มาจะมี และสิ่งที่ต้องการ มีการแนบลิงค์ตัวอย่างงาน Pre-production ลิงค์ข้อมูลของงานที่จะทำ

2. ค้นหาหาข้อมูลเพื่อศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมในสิ่งที่ต้องการจะทำและเป็นแนวทางในการทำงาน



ภาพที่ 4.2 ข้อมูลจากเพจTHAIFEX-Anuga Asia

จากตัวอย่างภาพผู้จัดทำได้มีการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับงานEvent Thaifex จากเพจ THAIFEX-AnugaAsiaเพื่อที่จะได้รู้เกี่ยวกับรายละเอียดในวันเวลาและสถานที่จากนั้นจึงจะสามารถมาประชุมนำเสนอกับทีม

3. วิเคราะห์ข้อมูล เพื่อเข้าใจเนื้อหา จุดเด่น หรือประเด็นสำคัญ

### สิ่งที่ต้องการ

- วิดีโอสัมภาษณ์สั้นๆ สไต์ street interview หรือ voxpop
- ลิสคำถามที่เกี่ยวข้องกับงาน และเรื่องข้าว หรืออาหารการกิน
- อยากได้ภาพนิ่ง และวิดีโอบรรยากาศงานสั้นๆ ไว้ support ทีม content ด้วย

ภาพที่4.3 ตัวอย่างงานที่ได้รับ จากพนักงานที่ปรึกษา



ภาพที่ 4.4 ตัวอย่างคลิปคอนเทนต์Tiktok จากpayabaantofu

จากตัวอย่างภาพผู้จัดทำได้วิเคราะห์ข้อมูลและหาประเด็นสำคัญว่าลูกค้าต้องการวิดีโอคอนเทนต์สั้นๆ มีการสัมภาษณ์ ที่เกี่ยวข้องกับข้าวและครอบครัว ผู้จัดทำจึงมีการยกตัวอย่างคอนเทนต์ในTiktok ของเต้าหู้ไข่ไก่ตรานางพยาบาลที่มีการสัมภาษณ์ เพื่อให้เห็นภาพมากขึ้นและเข้าใจง่าย

#### 4.ปฏิบัติลงมือทำ สไลด์การนำเสนอ Pre-production

เป็นส่วนที่ต้องลงรายละเอียดข้อมูลงานต่างๆรวมไปถึงสิ่งที่ผู้จัดทำต้องการที่จะนำเสนอเพื่อให้ทีมฝ่ายต่างๆเข้าใจ และเห็นภาพในงานที่กำลังจะทำมากขึ้น สิ่งที่จะต้องมีในสไลด์ Pre-production มีดังนี้

##### 1.หน้าปกสไลด์



#### ข้าวแสนดี Event Thaifex

ภาพที่ 4.5 ตัวอย่างปกสไลด์Pre-productionข้าวแสนดีEvent Thaifexจากผู้จัดทำ

จากภาพตัวอย่างผู้จัดทำได้ทำสไลด์หน้าปก เพื่อแสดงข้อมูลเบื้องต้นของโปรเจกต์ให้เข้าใจทันทีว่าเกี่ยวกับแบรนด์อะไรซึ่งจากตัวอย่างเป็นงานเกี่ยวกับข้าวแสดนดีและจัดงานEvent thaifex จึงนำโลโก้มาใช้

## 2.วัน เวลา สถานที่



### Shooting Date

@IMPACT MUANG THONG THANI

31 MAY 11:00 - 12:40

ภาพที่ 4.6 ตัวอย่างวัน เวลา สถานที่ Pre-productionข้าวแสดนดีEvent Thaifexจากผู้จัดทำ

จากภาพตัวอย่าง ผู้จัดทำได้ทำสไลด์หน้า วัน เวลา และสถานที่ เพื่อแจ้งกำหนดการถ่ายทำอย่างชัดเจนเพื่อวางแผนทีมงาน โดยมีการระบุวันเวลาและสถานที่อย่างชัดเจน

## 3.Timeline

### Timeline

|               | Sequence                                                                                          | Note                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 11:00 - 11:10 | <ul style="list-style-type: none"> <li>ทีมงานถึงหน้างาน</li> <li>เชคอิน เชคเอาท์ทีมงาน</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 11:10 - 11:20 | <ul style="list-style-type: none"> <li>พาดนสินค้า</li> <li>เชคอินสินค้า</li> </ul>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>บริษัทประมาณ 10 นาที</li> </ul>                                                                                                                                                                                                         |
| 11:20 - 12:40 | <ul style="list-style-type: none"> <li>เก็บถ่ายสินค้า</li> </ul>                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>ถ่ายหน้าบูธข้าวแสดนดี</li> <li>สัมภาษณ์ผู้จัดงาน 4 คน ระยะเวลา 3 คน</li> <li>ถ่ายภาพในภาพนี้/วิดีโอบรรยากาศในร้านของแสดนดี</li> <li>ถ่ายคนชู้ต 3 คนได้ข้าวแสดนดี</li> <li>ถ่ายคนทำฟัฟอตัวใจแน่นกับเสียงจอนจอน (HeartToHeart)</li> </ul> |

ทั้งหมดต้องถ่ายไม่เกิน 2 ชม  
- เก็บภาพทวงคืนสิทธิ์

ภาพที่ 4.7 ตัวอย่างสไลด์หน้า Timeline Pre-productionข้าวแสดนดีEvent Thaifexจากผู้จัดทำ

จากภาพตัวอย่างผู้จัดทำได้ทำหน้าTimeline เพื่อควบคุมลำดับขั้นตอนการทำงานและกำหนดเวลาแต่ละช่วงและมีการโน้ตสิ่งที่สำคัญไว้ และระยะเวลาว่าช่วงระยะเวลาใดทำอะไรบ้าง

#### 4.Reference คลิป



ภาพที่ 4.8 ตัวอย่าง Reference Pre-production ข้าวแสนดีEvent Thaixexจากผู้จัดทำ

จากภาพตัวอย่างผู้จัดทำได้ทำสไลด์หน้า Reference คลิป เพื่อใช้ให้ทีมเห็นโทนและสไตล์ของงานที่ต้องการ และเพื่อการทำงานได้เห็นภาพมากขึ้น  
ในตัวอย่างจะมีคลิปตัวอย่างที่สามารถให้ดูได้ว่ายื่นสัมภาษณ์แบบไหน คนตรีประกอบและคำถาม

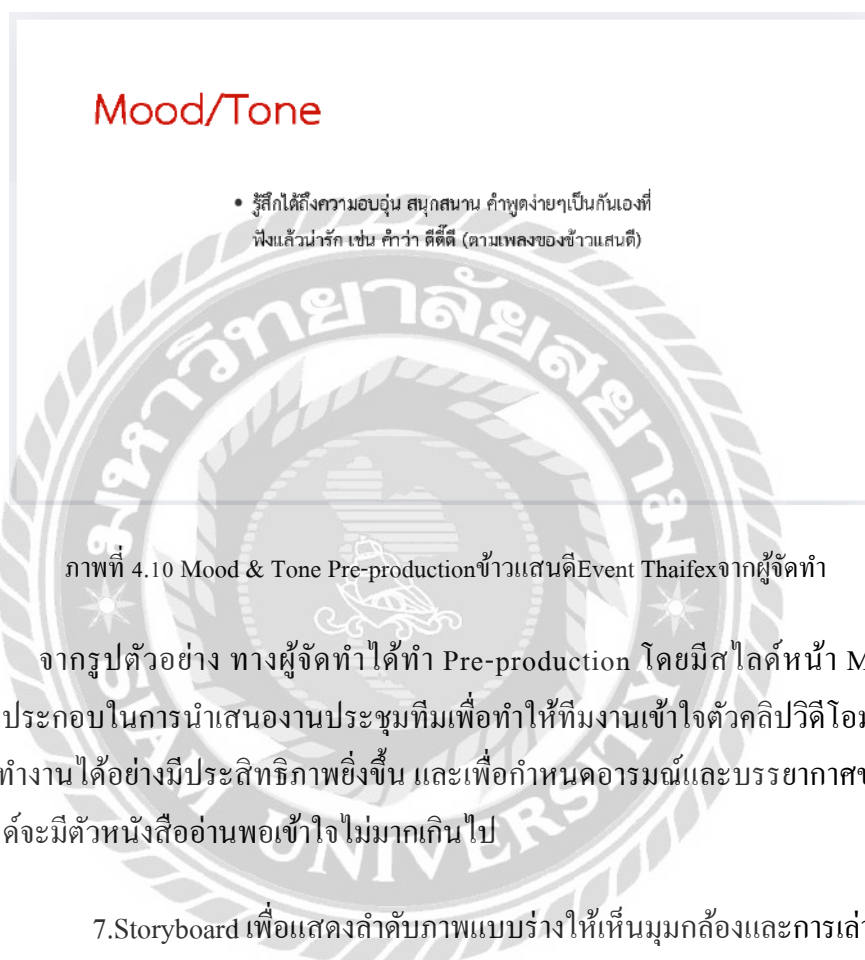
#### 5.VDO Sequence



ภาพที่ 4.9 ตัวอย่างภาพ VDO Sequence Pre-production ข้าวแสนดีEvent Thaixexจากผู้จัดทำ

จากตัวอย่างภาพผู้จัดทำเพิ่มหน้าสไลด์ VDO Sequence เพื่ออธิบายลำดับภาพหรือช่วงต่างๆ ของคลิป เพื่อให้ง่ายต่อการอธิบายและความเข้าใจในตัวอย่างจะแบ่งเป็น 3 ช่วง โดยจะมีอธิบายเพิ่มเติมในแต่ละช่วง ผู้จัดทำเลยไม่ได้ยกเลิกข้อความให้ดูมากเกินไปเพราะเน้นอธิบายเป็นหลัก

## 6.Mood & Tone



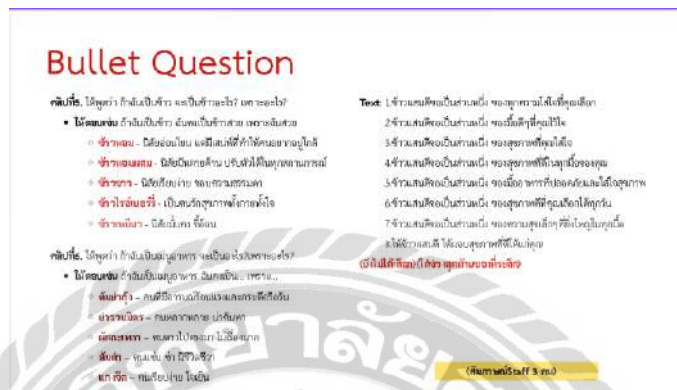
## 7.Storyboard เพื่อแสดงลำดับภาพแบบร่างให้เห็นมุกกล้องและการเล่าเรื่อง

| คลิปที่ 4 | VDO                                                                                                                                                          | Script                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ลำดับ 1   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• เปิดตัวไฮไลท์reactionจากที่ได้ฟังเนื้อเพลงที่ถูกต้อง/จากสิ่งที่เขาตอบแล้วน่าสนใจ (ตัดสลับกับโดนถามคำถาม)</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 2         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ผู้เข้าร่วมกิจกรรมยืนฟังคำถาม</li> <li>• เล่นChallengeร้องเพลง</li> <li>• เก็บReactionของคนฟัง</li> </ul>           | <p>คำถามเปิด</p> <p>1.เคยฟังเพลงของข้าวแสนดีมากก่อนไหมคะ?</p> <p>2.เคยว่าวันนี้เราจะมาChallengeให้ร้องเพลงข้าวแสนดีกันแล้วด้วยรึเปล่าเลยให้ฟังกันคะ หรือไหมคะ?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• เรื่องเสียงเปิดเนื้อเพลงที่ถูกต้องให้เขาฟัง(ไม่ต้องเอาไปให้กล้องได้ยินเสียงเพลงออกมา)</li> </ul> |
| 3         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ผู้ที่Staff เอยเนื้อเพลงที่ถูกต้องให้ฟัง</li> </ul>                                                                 | <p>เนื้อเพลงที่ถูกต้อง</p> <p>ข้าวแสนดี ดิๆๆ ฟังง่าย ๆ ใส่น้ำตาลที่นุ่มกำลังดี ดิๆๆ ฟังง่าย ๆ ใส่น้ำตาลที่นุ่มอร่อยกำลังดี ข้าวดีที่คุณไวใจ ข้าวไทยที่คุณต้องชิม ข้าวแสนดี</p>                                                                                                                               |

ภาพที่ 4.11 ตัวอย่าง ScriptและStoryboard คลิปวิดีโอคอนเทนต์จากผู้จัดทำ

จากรูปผู้จัดทำได้มีการทำ Storyboard และ Script เพื่อทำให้ทีมงานเข้าใจรูปแบบการถ่าย  
เนื้อหาวิดีโอ ลำดับภาพในวิดีโอ เพื่อให้สามารถเห็นภาพและสื่อสารกันได้ง่ายขึ้น

## 8. Bullet Question



ภาพที่ 4.12 ตัวอย่าง Bullet Question Pre-production ข้าวแสนดี Event Thaifexจากผู้จัดทำ

จากภาพตัวอย่างผู้จัดทำได้ทำหน้าสไลด์ Bullet Question เพื่อรวบรวมคำถามหลักใช้ในการ  
สัมภาษณ์เพื่อให้ทีมเห็นหรือดูง่ายขึ้นว่าแต่ละคำถามมีอะไรบ้างหากมีหลายคลิปที่ต้องถ่ายในงาน  
เดียวกันจะแบ่งเป็นหัวข้อแต่ละส่วนไว้เพื่อความสะดวกและง่ายขึ้น

## 9. Reference ภาพถ่าย



ภาพที่ 4.13 ตัวอย่างหน้าสไลด์ Reference ภาพถ่าย Pre-production ข้าวแสนดี Event Thaifexจากผู้จัดทำ

จากภาพตัวอย่างผู้จัดทำได้เพิ่ม Reference ภาพถ่ายเพื่อเป็นแนวทางให้ช่างภาพเห็น ตัวอย่างมุมหรือสไลด์ภาพมากขึ้น ส่วนพหุภาพที่นำมาเป็นตัวอย่างก็จะเป็นพหุงานEvent จัดบุรุษอาหารต่างๆ เนื่องจากงานที่ยกเป็นตัวอย่างคืองานที่จัดบุรุษอาหารEvent

## 10.Output

# OUTPUT

|                                                |      |
|------------------------------------------------|------|
| VDO สัมภาษณ์ This or That                      | X3   |
| VDO Challenge ร้องเพลงของข้าวแสนดี             | X1   |
| VDO Challenge เกมถั่วต้นเป็นข้าว... /เมนูอาหาร | X2-3 |
| Photo Set                                      |      |

ภาพที่ 4.14 ตัวอย่างภาพหน้าสไลด์ Output Pre-productionข้าวแสนดีEvent Thaifexจากผู้จัดทำ

จากตัวอย่างภาพผู้จัดทำ เพิ่มสไลด์ Output ไว้ลำดับสุดท้ายเพื่อระบุจำนวนคลิปหรือสรุปจำนวนภาพทั้งหมด โดยจะแบ่งเป็นตัวไว้อีกขึ้นก่อนและภาพไว้ลำดับสุดท้าย

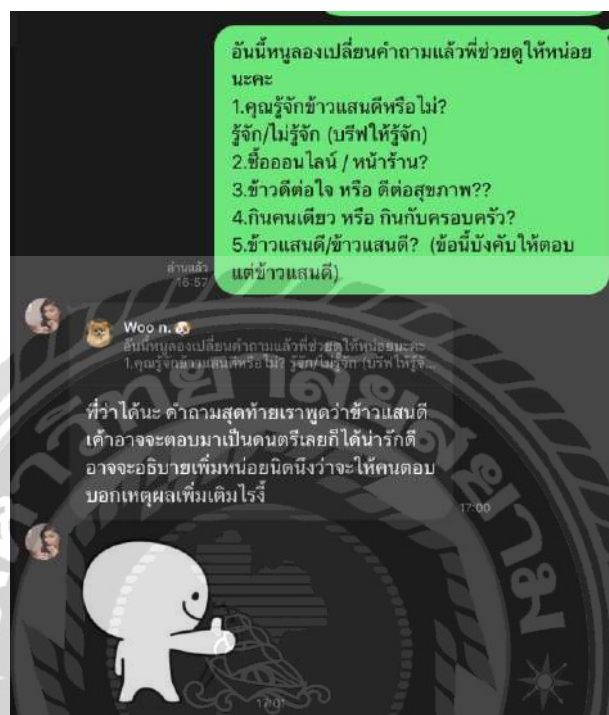
5. เสนองานในที่ประชุม เพื่อให้ทีมงานฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องเข้าใจในงานที่กำลังจะทำ



ภาพที่ 4.15 ภาพถ่ายตอนสนองานที่ประชุมจากผู้จัดทำ

จากภาพถ่ายผู้จัดทำได้มีการเข้าร่วมประชุมเพื่อเสนองานรายละเอียดงานที่ได้ทำสไลด์Pre-production ไว้กับหัวหน้าและฝ่ายทีมต่างๆที่เกี่ยวข้อง

6. รับคำแนะนำและแก้ไขจากหัวหน้างาน เพื่อทำให้งานมีประสิทธิภาพมากขึ้น



ภาพที่ 4.16 ตัวอย่างแชทที่ได้รับคำแนะนำงานที่ได้มีการนำเสนอจากผู้จัดทำ

## Bullet Question

### This or That

**คลิปที่1.** ข้าวดีต่อใจ หรือ ดีต่อสุขภาพ??

- (เพราะ...) เมนูที่เลือกคือ...

**คลิปที่2.** ชอบกินคนเดียว หรือ กินกับครอบครัว?

- (เพราะ...) เมนูที่เลือกคือ...

**คลิปที่3.** 1.ชอบทำให้เขากิน/ชอบให้เขาทำให้กิน เพราะ?

2.แล้วเมนูไหนที่ชอบทำให้เขากิน/เมนูไหนที่เขาชอบทำให้กิน

ภาพที่ 4.17 ตัวอย่างภาพที่มีการแก้ไขงานจากผู้จัดทำ

จากตัวอย่างภาพ ผู้จัดทำได้มีการเสนอคำถามกับหัวหน้างาน และได้รับคำแนะนำมา โดยผู้จัดทำได้มีการเก็บคำแนะนำไปแก้ไขจนเสร็จสมบูรณ์

2) การสนับสนุนการทำงานของทีมงาน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่นและต่อเนื่อง โดยมีหน้าที่ดังต่อไปนี้

### 1.การจัดทำ Shooting Report

**REVLON O.M.G. Concept [Focus Product+Total Look]**  
Shooting report REVLON O.M.G.

**VDO Sequence**

| No. | Sequence      |
|-----|---------------|
| 2   | product scene |
| 4   | ปิดฉาก        |

**Breakdown**

| No. | Time          | Scene        | Note                           |
|-----|---------------|--------------|--------------------------------|
| 1   | 00:00 - 00:05 | Introduction | Intro sequence (00:00 - 00:05) |
| 2   | 00:05 - 00:10 | Scene 1      | Scene 1 (00:05 - 00:10)        |
| 3   | 00:10 - 00:15 | Scene 2      | Scene 2 (00:10 - 00:15)        |
| 4   | 00:15 - 00:20 | Scene 3      | Scene 3 (00:15 - 00:20)        |
| 5   | 00:20 - 00:25 | Scene 4      | Scene 4 (00:20 - 00:25)        |
| 6   | 00:25 - 00:30 | Scene 5      | Scene 5 (00:25 - 00:30)        |
| 7   | 00:30 - 00:35 | Scene 6      | Scene 6 (00:30 - 00:35)        |
| 8   | 00:35 - 00:40 | Scene 7      | Scene 7 (00:35 - 00:40)        |
| 9   | 00:40 - 00:45 | Scene 8      | Scene 8 (00:40 - 00:45)        |
| 10  | 00:45 - 00:50 | Scene 9      | Scene 9 (00:45 - 00:50)        |
| 11  | 00:50 - 00:55 | Scene 10     | Scene 10 (00:50 - 00:55)       |

**VDO Sequence - Swatches**

| No. | Sequence       |
|-----|----------------|
| 1   | product scene  |
| 2   | ปิดฉาก         |
| 3   | ฉากหลัง        |
| 4   | ฉากตามหลัง     |
| 5   | ฉากตามหลัง+ฉาก |

ภาพที่ 4.18 ตัวอย่างภาพ Shooting Report งาน Revlon จากผู้จัดทำ

ผู้จัดทำได้มีการนำสไลด์ Pre-production ที่เคยนำไปนำเสนอมาทำ Shooting Report โดยทำไฮไลต์สี เพื่อเน้นหรือโน้ตข้อความที่สำคัญเพิ่มเติม เช่น วันที่ถ่ายทำไม่สามารถเก็บคลิปหรือภาพได้ครบตามที่กำหนด ผู้จัดทำจึงโน้ตไว้เพื่อนำมาเสนอวันที่มีประชุม Shooting Report อีกครั้ง เพื่อที่จะสามารถทำให้งานออกมาอย่างมีประสิทธิภาพตามกำหนดไว้เหมือนเดิมได้

## 2.การลงพื้นที่/สถานที่ถ่ายทำ



ภาพที่ 4.19 ภาพลงพื้นที่กับทีมProduction จากทีมงานบริษัทดิจัน(ไทยแลนด์)จำกัด

จากภาพผู้จัดทำได้มีส่วนร่วมในการลงพื้นที่ที่ปฏิบัติงานกับทีม Production โดยหน้าที่คือคอยประสานงานกับทีมงานบริษัทคำถามกับผู้ร่วมกิจกรรมในการถ่าย

ยกตัวอย่างเช่น สวัสดิ์คำถามที่เราอยากให้รวมสนุกมี 3 คำถาม

คำถามแรกจะเกี่ยวกับข้าวเราอยากทราบว่าข้าวแบบไหนที่คิดว่าเหมาะสำหรับคุณคะ

คำถามที่ 2 ระหว่างเป็นคนชอบทำอาหารให้คนอื่นทานหรือชอบให้คนอื่นทำให้ เป็นต้น และรวมไปถึงการถ่ายทำในสตูดิโอของสถานที่ประกอบ

นอกจากนี้ผู้จัดทำได้มีส่วนร่วมในการช่วยจัดพร็อพให้แก่การถ่ายภาพนิ่งของตัวผลิตภัณฑ์และคอยดูภาพรวมของการถ่ายทำว่ายังเป็นไปตามงานที่วางหรือไม่



ภาพที่ 4.20 ช่วยจัดพร็อพและองค์ประกอบภาพของผลิตภัณฑ์ จากทีมงานบริษัทดิจัน(ไทยแลนด์)จำกัด



ภาพที่ 4.21 ตัวอย่างภาพถ่ายใช้สีและแสง จากทีมงานบริษัทจิวัน (ไทยแลนด์) จำกัด

จากภาพผู้จัดทำได้มีหน้าที่ใช้ฉากสีเนื้ออ่อนเพื่อให้ตัวผลิตภัณฑ์ดูเด่นขึ้นแต่ยังคงเป็นโทนสีเดียวกัน ใช้แสงที่ไม่แรงมากเกินไปเพื่อให้เงาพุ่ง เพื่อให้ดูมีความละมุน และดูแพงมากขึ้น



ภาพที่ 4.22 ตัวอย่างภาพถ่ายใช้การจัดสมดุลภาพ จากทีมงานบริษัทจิวัน (ไทยแลนด์) จำกัด

จากภาพผู้จัดทำได้มีหน้าที่นำผลิตภัณฑ์หลายๆตัวมาวางจัดกลุ่มเข้าด้วยกันโดยมีการใช้พร็อพมานาใส่เสริมเข้าไปทำให้องค์ประกอบของภาพดูมีความสมดุลมากขึ้น





ภาพที่ 4.25 คัดภาพงานที่ได้รับมอบหมาย ภาพจากผู้จัดทำ

จากภาพผู้จัดทำได้มีการคัดเลือกภาพ โดยใช้โปรแกรม imaging edge desktop จากนั้นตรวจสอบความถูกต้องของ Shot list ที่เตรียมไว้ และส่งต่อให้ทีมกราฟิกทำงานต่อ

#### 4.3 ปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงาน

ระหว่างการปฏิบัติงานพบปัญหาเรื่องการสื่อสารข้ามทีมบางครั้งที่ทำให้เกิดความเข้าใจคลาดเคลื่อนในแนวคิด รวมถึงความจำกัดของเวลาในการปรับแก้คอนเทนต์ตามคำแนะนำ ซึ่งส่งผลต่อการวางแผนการถ่ายทำในบางงาน

#### 4.4 การแก้ไขปัญหและบทเรียนที่ได้รับ

- การใช้เครื่องมือสื่อสารออนไลน์ช่วยให้การประสานงานดีขึ้น
- การปรับแนวทางการนำเสนอไอเดียให้ชัดเจนและละเอียดมากขึ้น
- ผู้จัดทำได้เรียนรู้ทักษะด้านการบริหารเวลาและการทำงานร่วมกับทีมอย่างมีประสิทธิภาพ

#### 4.5 สรุปผลการปฏิบัติงาน

การปฏิบัติงานในครั้งนี้ช่วยให้ผู้จัดทำมีความเข้าใจในบทบาทของครีเอทีฟในกระบวนการก่อนการผลิตอย่างลึกซึ้งมากขึ้น และได้ฝึกทักษะที่จำเป็นทั้งด้านการคิดสร้างสรรค์ การวางแผนการทำงาน และการสื่อสารกับทีมงาน ซึ่งเป็นประสบการณ์สำคัญที่ช่วยเตรียมความพร้อมสำหรับการทำงานในสายงานนิเทศศาสตร์และการตลาดดิจิทัลในอนาคต



## บทที่ 5

### สรุปผลและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

จากที่ผู้จัดทำได้ปฏิบัติสหกิจศึกษาที่บริษัทในบทบาทครีเอทีฟ การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเป็นครีเอทีฟในกระบวนการก่อนการผลิตของบริษัท ดิจิวัน(ไทยแลนด์) จำกัด ซึ่งมีกระบวนการทำงานในบทบาทครีเอทีฟดังนี้

##### 5.1.1 ขั้นตอนการทำPre-production

1. รับงานที่ได้รับมอบหมายและทำความเข้าใจเพื่อทราบความต้องการของลูกค้าว่าต้องการอะไร เช่น คลิปวิดีโอ คอนเทนต์ ภาพนิ่ง เป็นต้น
2. ค้นหาหาข้อมูลเพื่อศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมในสิ่งที่ต้องการจะทำและเป็นแนวทางในการทำงาน
3. วิเคราะห์ข้อมูล เพื่อเข้าใจเนื้อหา จุดเด่น หรือประเด็นสำคัญ
4. ปฏิบัติลงมือทำ สไลด์การนำเสนอ Pre-production
5. เสนองานในที่ประชุม เพื่อให้ทีมงานฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องเข้าใจในงานที่กำลังจะทำ
6. รับคำแนะนำและแก้ไขจากหัวหน้างาน เพื่อให้งานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

##### 5.1.2 การสนับสนุนการทำงานของทีมงาน

1. การจัดทำ Shooting Report เพื่อประสานงานระหว่างฝ่ายคอนเทนต์และฝ่ายวิดีโอหลังการถ่ายทำ
2. การลงพื้นที่/สถานที่ถ่ายทำ เพื่อตรวจสอบภาพรวมของการดำเนินงานให้สอดคล้องกับแผนที่วางไว้
3. การติดต่อสื่อสารกับฝ่ายทีมต่างๆ เพื่อให้แนวคิดถูกนำไปพัฒนาต่อได้อย่างราบรื่น

ทำให้ผู้จัดทำได้รับประสบการณ์ที่มีคุณค่าและสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการทำงานในสายอาชีพด้านนิเทศศาสตร์และการตลาดดิจิทัลในอนาคตได้อย่างมั่นใจ

#### 5.2 ข้อเสนอแนะ

จากประสบการณ์ในการปฏิบัติงานจริง ผู้จัดทำตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารเวลาและสุขภาพระหว่างการทำงาน เนื่องจากการทำงานในสายครีเอทีฟจำเป็นต้องใช้สมาธิและ

ความคิดสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง จึงควรจัดเวลาพักผ่อนให้เพียงพอ เพื่อให้สามารถทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ ผู้จัดทำยังเห็นความสำคัญของการ พัฒนาทักษะด้านการสื่อสารและการประสานงานกับทีมงาน ซึ่งมีผลอย่างมากต่อความราบรื่นในการทำงาน โดยเฉพาะเมื่อต้องนำเสนอไอเดียหรือปรับเปลี่ยนแนวคิดตามความคิดเห็นจากทีม การเตรียมความพร้อมล่วงหน้า เช่น การสรุปแนวคิดให้กระชับ หรือการจัดเอกสารให้ครบถ้วน จึงเป็นสิ่งที่ผู้จัดทำควรฝึกฝนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นในอนาคต



## บรรณานุกรม

- การผลิตสื่อ. (ม.ป.ป.). *การผลิตสื่อ*. KMUTNB DIGITAL TELEVISION (KDTV).  
<http://broadcast.elec.cit.kmutnb.ac.th/kdtv/การผลิตสื่อ/>
- กฤษณพงศ์ เลิศบำรุงชัย. (2567). *การเขียนสตอรี่บอร์ด (Storyboard)*. TouchPoint.  
[https://touchpoint.in.th/storyboard-video-production/?utm\\_source=chatgpt.com](https://touchpoint.in.th/storyboard-video-production/?utm_source=chatgpt.com)
- สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย. (2553). *เทคนิคการประสานงาน (Cooperation Technique)*  
 [เอกสารความรู้]. [http://www.stabundamrong.go.th/web/book/53/b18\\_53.pdf](http://www.stabundamrong.go.th/web/book/53/b18_53.pdf)
- ทฐปถกปัญญา. (2564). *ทักษะการแก้ปัญหาและตัดสินใจ สกิลที่ต้งมไ้คิดตัว (Problem Solving Skills)*. <https://www.trueplookpanya.com/dhamma/content/89259>
- Alyssa Maio. (2025). *Rules of Shot Composition in Film: A Definitive Guide*. StudioBinder.  
<https://www.studiobinder.com/blog/rules-of-shot-composition-in-film/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of marketing* (17th ed.). n.p.
- Primal Digital Agency. (2024). *Emotional vs Rational Appeal in Advertising: How to Engage Your Audience*. <https://www.primal.co.th/th/blog/emotional-vs-rational-appeal/>
- Strong, E. K. (1925). *The Psychology of Selling and Advertising*. New York: McGraw-Hill.
- The Compass for SBC. (n.d.). *About the Compass*.  
<https://thecompassforsbc.org/how-to-guide/how-develop-creative-concept>
- The Standard. (2020). *การสร้างคอนเทนต์ให้โดดเด่นบนโซเชียลมีเดีย*.  
<https://thestandard.co/content-marketing-social-media/>

**ภาคผนวก**





QR ตัวอย่างสไลด์Pre-production งานข้าวแสนดี Event thaifex จากผู้จัดทำ



QR ตัวอย่างคลิปคอนเทนต์จากผู้จัดทำที่ได้ทำงานข้าวแสนดี Event thaifex จากเพจ Facebook ข้าวแสนดี



QR ตัวอย่างสไลด์Pre-production งานRevlon Event จากผู้จัดทำ



ภาพผู้จัดทำรับหน้าที่จัดพรีอบของ งานULTIMA (Timeless Ultimate Beauty Kit) ภาพจากผู้จัดทำ

## ประวัติผู้จัดทำ



ชื่อ : นางสาวจิราภา ชนะกาล

รหัสนักศึกษา : 6504600012

เบอร์ติดต่อ : 0886938869

E-mail : jirapar.8869@gmail.com

ประวัติการศึกษา: สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษา-มัธยมปลาย โรงเรียนมัธยมสุวรรณพลับพลาพิทยาคม

ปัจจุบัน : กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสยาม คณะนิเทศศาสตร์

เอกวิชาโทรทัศน์

ความสนใจทางด้านวิชาการ : การเป็นครีเอทีฟ

ประสบการณ์ด้านสหกิจศึกษา ตำแหน่ง : ครีเอทีฟ

สถานประกอบการ : บริษัท ดิจิวัน(ไทยแลนด์) จำกัด



<https://drive.google.com/drive/folders/1D4Ix1HAntoR-n77A34zGukftBlixcvRq?usp=sharing>

**รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา**

**การเป็นครีเอทีฟในกระบวนการก่อนการผลิตของ บริษัท ดิจวัน (ไทยแลนด์) จำกัด**

**Being a creative in the pre-production process of Digione (Thailand) Co., Ltd.**

**โดย**

**นางสาวจิราภา ชนะกาล 6504600012**

**รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 146-467 สหกิจศึกษา**

**ภาควิชาภาพยนตร์ โทรทัศน์ และสื่อดิจิทัล**

**คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม**

**ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2567**