



รายงานปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

“ขั้นตอนการผลิตสื่อโฆษณา”

โดย

นายศราวุฒิจำจต B4971825

ปฏิบัติงาน ณ

บริษัท ภูิมเอด์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด

19/21 ถนนลาดพร้าว ซอยลาดพร้าว 15
แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

วันที่ 7 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2552

เรื่อง ขอส่งรายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

เรียน อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ หลักสูตรนิเทศศาสตร์

ตามที่ข้าพเจ้า นายศราวุฒิ จำจด B4971825 นักศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ หลักสูตรนิเทศศาสตร์ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ได้ออกปฏิบัติงานสหกิจศึกษา (204491) ระหว่างวันที่ 20 เดือน เมษายน พ.ศ. 2552 ถึง วันที่ 7 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2552 ในตำแหน่ง Graphic Designer ณ บริษัท ภูมเอนด์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ได้ปรึกษาและได้รับรับมอบหมายจาก Job Supervisor ให้ศึกษาและทำรายงานเรื่อง “ขั้นตอนการผลิตสื่อโฆษณา”

บัดนี้ การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้สิ้นสุดลงแล้ว ข้าพเจ้าจึงขอส่งรายงานดังกล่าวมาพร้อมกันนี้จำนวน 1 เล่ม เพื่อขอรับคำปรึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา



(นายศราวุฒิ จำจด)

กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgment)

การที่ข้าพเจ้าได้มาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ บริษัท ภูมิภาค แอ็ค คอร์ปอเรชั่น จำกัด ตั้งแต่วันที่ 20 เมษายน พ.ศ. 2552 ถึงวันที่ 7 สิงหาคม พ.ศ. 2552 ส่งผลให้ข้าพเจ้าได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆที่มีค่ามากมายสำหรับรายงานวิชาสหกิจศึกษาฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยดีจากความร่วมมือและสนับสนุนจากหลายฝ่าย ดังนี้

1. คุณชาญชัย ประเสริฐสุข (Chief Executive Officer)
2. คุณสุภาวดี อาริมย์ (Media and Communication Manager)
3. คุณธีรวัฒน์ เครือวัลย์ (Co-Ordinator)
4. คุณนันทิยา วิชาชัย (Co-Ordinator)
5. คุณขวัญฤทัย เกลี้ยงประดิษฐ์ (Co-Ordinator)
6. คุณเอี่ยมพร ประเสริฐสุข (General Manager)
7. คุณสุมาลี ศักดิ์พิรุฑ (Accountant)
8. คุณศิวภักดิ์ หั่นช่อ (Computer Director and Creative Director)
9. คุณอัญชสิทธิ์ ภู่อติชัย (Copy Writer) ซึ่งเป็น Job Supervisor
10. คุณขวัญใจ สุภาพ (Computer Graphic)
11. คุณศรวุฒิ เกตุจินดา (Computer Graphic)

นอกจากนี้ยังมีบุคคลท่านอื่นๆอีกหลายๆท่านที่ไม่ได้กล่าวนาม ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือในการจัดทำรายงานของข้าพเจ้าในครั้งนี้จนเสร็จสิ้นสมบูรณ์

ข้าพเจ้าใคร่ขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลโดยละเอียด พร้อมทั้งเป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้ตั้งแต่ต้นจนจบ ตลอดจนให้การดูแลและให้ความเข้าใจเกี่ยวกับชีวิตของการทำงานจริง ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

นายศรวุฒิ จำจด

ผู้จัดทำรายงาน

7 สิงหาคม 2552

บทคัดย่อ (Abstract)

ในปี พ.ศ. 2535 ท่ามกลางวิกฤตการณ์อ่าวเปอร์เซียที่กำลังจะทำให้โลกต้องเผชิญกับความมืดมนทางเศรษฐกิจ บริษัท ภูมิภาค ได้ก่อตั้งขึ้น และได้ฟันฝ่ามานานาอุปสรรคที่มีผลจากวิกฤตการณ์เงินโลก อีกหลายครั้งจนถึงวันนี้ ภูมิภาคกำลังก้าวเข้าสู่ปีที่ 17 (ในปี 2552) ด้วยความมุ่งมั่นในการร่วมพัฒนาธุรกิจไปพร้อมกับลูกค้าอย่างไม่หยุดนิ่ง

เมื่อพูดถึงคำว่า “เอเจนซี” ใครๆก็มักเปรียบเสมือนเป็น “หุ้นส่วนช่วยคิด” ของลูกค้า แต่สำหรับภูมิภาค เอ็ดฯ เราก้าวข้ามไปสู่ความสัมพันธ์ที่มากกว่า “หุ้นส่วนช่วยคิด” เนื่องจากภูมิภาค เอ็ดฯ มุ่งเทในการช่วยลูกค้า ไม่เพียงแต่ช่วยคิด หากว่า คิดแทนและคิดข้ามขีดจำกัดให้ลูกค้าด้วยกลยุทธ์ที่ฉกรรกรรมนิยมปฏิบัติ อันเป็นสไตล์การทำงานที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวภูมิภาค เอ็ดฯ พร้อมกับการใช้ยุทธวิธีการใช้สื่อประสมประสานเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างโดนใจ

ตัวอย่างที่เป็นรูปธรรม สะท้อนสไตล์การทำงานของ ภูมิภาค เอ็ดฯ ได้อันหนึ่งก็คือ การรวมวางแผนการตลาดผลิตภัณฑ์ “Poppy Smell Killer” ผลิตภัณฑ์เล็กๆ ที่มีงบประมาณจำกัด ซึ่งลูกค้ามุ่งเจาะเฉพาะตลาด “การเก็บกลิ่นที่ไม่ต้องการในตู้เย็น” ซึ่งทีม ภูมิภาค เอ็ดฯ มองด้วยประสบการณ์ข้ามขีดจำกัดว่า เมื่อวางตลาดถึงจุดจุดหนึ่ง ไม่เพียงแต่จะมีคู่แข่งตามทันยังจะทำแบรนด์ไปสู่ทางตัน ไม่สามารถเพิ่มยอดขายได้มากมาย ภูมิภาค เอ็ดฯ ลงทุนทำการสำรวจวิจัยความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงความเป็นไปได้ในการขยายตลาด และค้นพบว่าในชีวิตประจำวันของกลุ่มเป้าหมาย ยังมีพื้นที่อีกมากมายที่ต้องการ Poppy Smell Killer ไปช่วยกำจัดกลิ่นไม่พึงประสงค์ อาทิ ในรถ ตู้เสื้อผ้า ห้องน้ำ ตู้กับข้าว ดังนั้น จุดประสงค์การสื่อสารใหม่ที่ ภูมิภาค เอ็ดฯ ได้เสนอแนะลูกค้าก็คือ การชูประเด็นเรื่องกำจัดกลิ่นในทุกมุมที่ต้องการ ซึ่งจะนำไปสู่การใช้ผลิตภัณฑ์ Poppy มากขึ้นอย่างแน่นอน ทุกมิติของกลยุทธ์การสื่อสาร และการส่งเสริมการตลาดมุ่งไปที่แนวคิดที่ว่า “ดูกลิ่นร้ายไม่เลือกที่” Poppy Smell Killer ผลิตภัณฑ์ที่ได้คือความสำเร็จของลูกค้า และความวางใจที่มีต่อ ภูมิภาค เอ็ดฯ เพราะการทุ่มเททั้งหมดนี้ ทำไปด้วยความมุ่งมั่นแม้จะถูกจำกัดด้วยงบประมาณที่ใครได้ยินแล้วตกใจเมื่อเทียบกับผลที่ได้

จากวันนี่ถึงอนาคต ภูมิภาค เอ็ดฯ จะยังมั่นคงต่อไปกับแนวคิดใหม่ในการร่วมพัฒนาธุรกิจไปกับลูกค้า เพื่อรักษาแนวคิดในการบริหารงานการสื่อสารที่เรียกว่า “Strategic & IMC Agency” ที่มีความเป็นเอกลักษณ์อย่างไม่เปลี่ยนแปลง

สารบัญ

	หน้า
จดหมายนำส่ง	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญ	ง
บทที่ 1 บทนำ	1
บทที่ 2 รายละเอียดของงานที่ปฏิบัติงาน	8
บทที่ 3 โครงการที่ได้รับมอบหมาย	10
บทที่ 4 สรุปผลการปฏิบัติงาน	12
บทที่ 5 ปัญหา และข้อเสนอแนะ	14
บรรณานุกรม	15



บทที่ 1 บทนำ

1. กล่าวนำ

แม้ว่าบรรดานักการตลาดจะหันมาให้ความสนใจกับกลยุทธ์การตลาด ที่เน้นการสร้างประสบการณ์ให้กับกลุ่มเป้าหมายด้วยผลิตภัณฑ์หรือบริการของตน แต่สิ่งสำคัญที่ลืมไม่ได้ก็คือการได้ทีมงานที่มีขีดความสามารถเพียงพอที่จะต่อยอดการสร้างแบรนด์ให้มีขอบเขตกว้างไกลยิ่งขึ้น

ทางบริษัท ภูมิภาค คอร์ปอเรชั่น ได้สังเกตเห็นถึงจุดสำคัญจุดนี้ ร่วมกับประสบการณ์ที่ได้สั่งสมมาอย่างยาวนาน บวกกับการสอดประสานการทำงานของบริษัทในกลุ่ม อันได้แก่ ภูมิภาค (การโฆษณาประชาสัมพันธ์) บริษัทแบรนด์เอนด์เฟเจอร์ (ที่ปรึกษาด้านกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด) คือพลังสู่ความสำเร็จ สิ่งนี้นำไปสู่การสร้างกิจกรรมการตลาดต่างๆ ในทุกรูปแบบ

บริษัท ภูมิภาค คอร์ปอเรชั่น คำนึงถึงหัวใจของแบรนด์คืออยู่เสมอ ไม่ว่าโจทย์จะยากเพียงใด ก็สามารถถอดโค้ดเข้าไปสร้างแบรนด์ให้อยู่ในใจกลุ่มเป้าหมายได้ด้วยกลยุทธ์ IMC อันเป็นหลักการของกลุ่มบริษัท ภูมิภาคฯ ยึดถือตลอดมา

การวางแนวคิดของบริษัทฯ ให้เป็นเอเจนซีที่เน้นการให้บริการสร้างแผนงานกลยุทธ์ด้วย IMC ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา ใดเร็กซ์เมล์ การประชาสัมพันธ์ การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนจนถึงการสำรวจวิจัยศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค จากประสบการณ์ที่ผ่านมา สามารถสรุปได้ว่า โจทย์ของลูกค้านั้นๆ บางครั้งสามารถแก้ได้โดยใช้เครื่องมือ IMC ตัวอื่นๆ ที่ไม่ใช่โฆษณา ด้วยเหตุนี้บริษัท ภูมิภาคฯ จึงเป็นเสมือนแนวหน้าของกลุ่มภูมิภาคฯ ในการประเมินปัญหาที่ลูกค้าต้องการแก้ไขเราจะเสนอแนะทางแก้ไข และมอบหมายให้บริษัทในเครือที่เกี่ยวข้องเฉพาะทางเข้าให้คำปรึกษาทั้งนี้บริษัท ภูมิภาคฯ จะช่วยดูแลการดำเนินการและรักษาภาพรวมเชิงกลยุทธ์ของแบรนด์ลูกค้าจนกว่าขบวนการแก้ไขจะเสร็จสิ้น

1.1 วัตถุประสงค์

1. เพื่อปฏิบัติงานในตำแหน่ง Graphic Designer บริษัท ภูมิภาค คอร์ปอเรชั่น จำกัด
2. เพื่อฝึกทักษะด้านการใช้โปรแกรมที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอในสื่อโฆษณา เช่น Photoshop, Illustrator ฯลฯ
3. เพื่อฝึกให้มีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ เคารพระเบียบวินัย และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล
4. เพื่อให้ความสนใจ มีเจตคติที่ดี ทั้งในแง่ของการทำงาน และทัศนคติที่ดีต่อผู้ร่วมงาน เพื่อเป็นแนวทางในการประกอบอาชีพต่อไป ภายหลังจากสำเร็จการศึกษา
5. เพื่อเป็นสื่อกลางสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างมหาวิทยาลัย กับสถานประกอบการเอกชน และหน่วยงานรัฐบาล
6. เพื่อเป็นแนวทางให้กับนักศึกษาฝึกงานรุ่นต่อไป ได้เข้าใจกระบวนการทำงาน และทำให้สถานประกอบการมีความรู้ ความเข้าใจที่จะรับนักศึกษาฝึกงานในระบบสหกิจศึกษาเพิ่มมากขึ้น

1.2 รายละเอียดเกี่ยวกับบริษัท ธีมแอด คอร์ปอเรชั่น จำกัด

บริษัท	: บริษัท ธีมแอด คอร์ปอเรชั่น จำกัด : Theme Ad Corporation Co.,Ltd.
กรรมการผู้จัดการ	: คุณชาญชัย ประเสริฐสุข
สถานที่ตั้ง	: 19/21 ซ.ลาดพร้าว 15 ถ.ลาดพร้าว แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900
โทรศัพท์	: 0-2938-4450-4
โทรสาร	: 0-2513-8267, 0-2934-4485
Email	: chang@thamead.co.th
Web site	: www.theamad.co.th
การให้บริการ	: Agency - Advertising - PR - วางแผนการตลาด - ปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์องค์กรและสินค้า - สร้างแผนงานกลยุทธ์ด้วย IMC - Direct Mail - ออกแบบอัตลักษณ์องค์กร - พัฒนาบรรจุภัณฑ์ - ดำรงวิจัยศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค

เป้าหมายของบริษัท

1. สร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า
2. ท่วมเทเพื่อสร้างความสำเร็จ ทำให้ลูกค้าบรรลุเป้าหมายภายใต้งบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ

นโยบายของบริษัท

ก้าวข้ามไปสู่ความสัมพันธืกระดับที่มากกว่า “หุ้นส่วนช่วยคิด” เนื่องจากธีม แอดฯ ท่วมเทในการช่วยลูกค้า ไม่เพียงแต่ช่วยคิด หากว่า คิดแทนและคิดข้ามขีดให้ลูกค้าด้วยกลยุทธ์ที่ฉีกธรรมเนียมปฏิบัติ อันเป็นสไตล์การทำงานที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวธีม แอดฯ พร้อมกับการใช้ยุทธวิธีการใช้สื่อประสมประสานเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างโดนใจ

อุดมการณ์ของบริษัท

1. ความมุ่งมั่นในการร่วมพัฒนาธุรกิจไปพร้อมกับลูกค้าอย่างไม่หยุดนิ่ง
2. มั่นคงไปกับแนวคิดใหม่ในการร่วมพัฒนาธุรกิจไปกับลูกค้า เพื่อรักษาแนวคิดในการบริหารงาน การสื่อสารที่เรียกว่า “Strategic & IMC Agency” ที่มีความเป็นเอกลักษณ์อย่างไม่เปลี่ยนแปลง

บริษัท ภูมิภาค คอร์ปอเรชั่น จำกัด

บริษัท ภูมิภาคฯ ถือได้ว่าเป็นเสมือนเรือธงของกลุ่มบริษัท ภูมิภาค คอร์ปอเรชั่น โดยได้วางแนวคิดของบริษัทฯ ให้เป็นเอเจนซีที่เน้นการให้บริการสร้างแผนงานกลยุทธ์ด้วย IMC ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา ใดเรีกร์เก็ต การประชาสัมพันธ์ การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตลอดจนถึงการสำรวจวิจัยศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค จากประสบการณ์ที่ผ่านมาเราสามารถสรุปได้ว่า โจทย์ของลูกค้าต่างๆ บางครั้งสามารถแก้ได้โดยใช้เครื่องมือ IMC ตัวอื่นๆ ที่ไม่ใช่โฆษณา ด้วยเหตุนี้บริษัท ภูมิภาคฯ จึงเป็นเสมือนแนวหน้าของกลุ่ม ภูมิภาคฯ ในการประเมินปัญหาที่ลูกค้าต้องการแก้ไขเราจะเสนอแนะทางแก้ไข และมอบหมายให้บริษัทในเครือที่เกี่ยวข้องเฉพาะทางเข้าให้คำปรึกษาทั้งนี้บริษัท ภูมิภาคฯ จะช่วยดูแลการดำเนินการและรักษาภาพรวมเชิงกลยุทธ์ของแบรนด์ลูกค้าจนกว่าขบวนการแก้ไขจะเสร็จสิ้น

บริษัทในเครือ ภูมิภาค

Brand & Features: บริษัท แบรินด์ แอนด์ ฟีเจอร์ส คอมมิวนิเคชั่น จำกัด

บริษัท แบรินด์ แอนด์ ฟีเจอร์ส คอมมิวนิเคชั่น เป็นหนึ่งในกลุ่มบริษัท ภูมิภาค คอร์ปอเรชั่น ที่รวบรวม นานาผู้เชี่ยวชาญแขนงต่างๆ ไว้ เพื่อมาให้บริการลูกค้าในแบบบริษัทที่ปรึกษาครบวงจร ตอบโจทย์ แก้ปัญหา วางแผนกลยุทธ์ที่สร้างความเป็นต่อในเชิงธุรกิจแก่ลูกค้าต่างๆ ที่แบรินด์ แอนด์ ฟีเจอร์ มีบริการให้คำปรึกษา และวางแผนใน 4 ด้าน ซึ่งคุณมั่นใจได้ ในความเป็นผู้เชี่ยวชาญอย่างมืออาชีพของเรา

การบริหารจัดการด้านการตลาด (Marketing Management)

การบริหารจัดการด้านการเงิน (Financial Management)

การบริหารจัดการด้านโครงสร้างองค์กร (Organization Structure Management)

การบริหารจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management)

บริการให้คำปรึกษาของเราทั้ง 4 ด้านนี้ จะช่วยเสริมส่งพลังในการบริหารจัดการองค์กรของคุณให้ แข็งแกร่งทั้งภายนอกและภายในอย่างลุ่มลึก

บริษัท ตรี พอร์ส คอมมิวนิเคชั่น จำกัด

แนวคิดหลักในการทำงานของกลุ่มบริษัทฯ นั้น ให้ความสำคัญกับการสื่อสารการตลาดที่ไม่เป็นเพียง “การส่งสาร” ถึงกลุ่มเป้าหมายเท่านั้น หากแต่เป็นการสื่อสารที่บอกการสร้างแบรนด์ไปในตัว และสิ่งนี้เองคือภารกิจสำคัญของตรีพอร์ส ที่ต้องตอบโจทย์ นับตั้งแต่การก่อตั้งบริษัทฯ

แม้ว่าบรรดานักการตลาดจะหันมาให้ความสนใจกับกลยุทธ์การตลาด ที่เน้นการสร้างประสบการณ์ให้กับกลุ่มเป้าหมายด้วยผลิตภัณฑ์หรือบริการของตน แต่สิ่งสำคัญที่ลืมไม่ได้ก็คือการได้ทีมงานที่มีขีดความสามารถเพียงพอที่จะต่อยอดการสร้างแบรนด์ให้มีขอบเขตกว้างไกลยิ่งขึ้น สำหรับบริษัท ตรี พอร์ส ลูกค้าที่มาใช้บริการต่างวางใจ เพราะประสบการณ์ของตรีพอร์ส ซึ่งสมยาวนานบวกกับ การสอดประสานการทำงานของบริษัทในกลุ่ม อันได้แก่ ภูมิภาค (การโฆษณาประชาสัมพันธ์) บริษัทแบรนด์แอนด์พีเจอร์ (ที่ปรึกษาด้านกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด) คือพลังสู่ความสำเร็จ สิ่งนี้นำไปสู่การสร้างกิจกรรมการตลาดต่างๆ ในทุกรูปแบบของตรี พอร์ส แผงหัวใจของแบรนด์คืออยู่เสมอ ไม่ว่าโจทย์จะยากเพียงใด ตรี พอร์ส ก็สามารถถอดโค้ดเข้าไปสร้างแบรนด์ให้อยู่ในใจกลุ่มเป้าหมายได้ด้วยกลยุทธ์ IMC อันเป็นหลักการของกลุ่มบริษัท ภูมิภาค ยึดถือตลอดมา

เอส. อี. ซี. กรุ๊ป...

เราเปลี่ยนการรับรู้...นำแบรนด์สู่กลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ

หนึ่งในกรณีศึกษาที่แบรนด์ แอนด์ พีเจอร์ ร่วมสร้างความสำเร็จให้กับลูกค้า S.E.C. GROUP คือการสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มเป้าหมายมุ่งหวังกลุ่มใหญ่ๆ ของลูกค้าได้เห็นว่า ชื่อ S.E.C. GROUP ไม่ใช่แค่แบรนด์ที่สะท้อนภาพของรถยนต์นำเข้าจากต่างประเทศที่มีราคาสูงเกินเอื้อม หากแต่ชื่อ S.E.C. GROUP คือแบรนด์ที่มีรถยนต์หรูทันสมัยให้เลือกหลากหลายสไตล์และไม่แพงอย่างที่คิด ด้วยการสอดประสานพลังการสื่อสารแบบครบวงจรของเครือข่าย ภูมิภาค บริษัท แอนด์ พีเจอร์ ได้รับการสนับสนุนการสร้างกลยุทธ์ และสร้างกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในการสร้างการรับรู้ในหมู่กลุ่มเป้าหมายคาดหวังได้ซึมซับถึงจุดยืนใหม่ในตลาดรถยนต์ระดับหรู ทั้งนี้ก็เพื่อขยายฐานลูกค้าของ S.E.C. GROUP ให้กว้างขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ภายใต้คำขวัญใหม่ที่ว่า “Driving today, Driving S.E.C. GROUP” และยิ่งกว่านั้น ความสำเร็จครั้งนี้มีส่วนหนุนเนื่อง S.E.C. GROUP สู่การเข้าตลาดหลักทรัพย์ฯ อันเป็นเป้าหมายสำคัญของลูกค้า

ผลงานระดับสากล

IMC Campaign

- Abbott
- AIG
- ธนาคารอิสลาม

- Miss Lily
- Nautilus
- SME BANK

-

TVC

- Aim Revolution Joopper
- DOHA 2006
- อาหารมังสวิรัต สำเร็จรูป ตรา เจ-ฟู้ดส์
- ผักกาดคองเค็ม ตรา นกยูง
- ORION มาตรฐานเทคโนโลยีของญี่ปุ่น
- น้ำหอมปรับอากาศ ป๊อปปี ซี้เค็คท์
- บรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อย 'บอย' ให้สินเชื่อ ร่วมลงทุน และคำปรึกษา

Direct Mail

- Asia access
- Tele Flora
- พัชรวิสต์
- ผู้จัดการ
- สุภาลัย แกรนด์ ปาร์ค
- TOA
- Nokia 620

- Tree Force

Event Marketing

- Abbott Glucerna SR
- Bata
- Minus Sun
- The Cardiology Tournament
- สานฝันกับบ้านอมสิน
- ซีกราวน์
- ความภูมิใจของชาวไทยสู่ APEC 2003 การบินไทย
- Jack & Jill
- ทิวดี เวเฟอร์

Public Relation

- IBM Seniorcom Meet The Press
- เบตาดีน
- APEC

Graphic Design

- NaRaYa
- Bellezza
- วิลล่า เดลล์เต้
- Active FAS
- Win Code



- Toner World
- Super Sports
- Jittramal
- ซีกราวน์

Outdoor

- Mitsubishi Motors
- ชุมนักเรียน 3 ทหาร
- นมยูเอชที ไทย - เดนมาร์ก
- เอนจัวร์
- เบตาดีน โซลูชั่น
- เต่าแก๊สปิกนิก
- เดอะพาร์กแลนด์ รัชดา-ท่าพระ
- AVIVA
- AIG
- สาหร่ายโนริ

Seminar

- I Bank: ธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย
- งานสัมมนา “ฝ่าวิกฤตเศรษฐกิจ ชุดที่ 1”
- โครงการถนนสู่นักโฆษณามืออาชีพ

บทที่ 2 รายละเอียดของการปฏิบัติงาน

1. มีส่วนช่วยในการคิด Copy และ Headline ของ Print Ad ซึ่งมีความจำเป็นต้องใช้ในสื่อโฆษณาประเภทนี้ โดยในการทำงานจะทำงานร่วมกับพี่ Supervisor บางครั้งเมื่อคิดถ้อยคำต่างๆขึ้นมาแล้ว อาจมีการแก้ไข ปรับปรุง เพื่อให้เหมาะสมกับการนำไปใช้อย่างถูกต้อง และตรงกลุ่มเป้าหมาย วัตถุประสงค์ของลูกค้าให้ได้มากที่สุด
2. มีส่วนช่วยในการจัดวาง Lay Out ของ Ad ซึ่งได้รับมอบหมายมาจากพี่ Supervisor เมื่อการทำงานแต่ละครั้งเสร็จสิ้นลง จะได้รับการตรวจสอบความเหมาะสมจากพี่ Supervisor ก่อนจะนำไปใช้งานจริง
3. มีหน้าที่ในการ Di Cut รูปภาพ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นภาพประกอบในการทำ Ad โดยต้องอาศัยความพิถีพิถัน และความอดทนเพื่อให้ผลงานออกมามีประสิทธิภาพ เนื่องจากด้วยรูปดังกล่าวมีความสำคัญต่อตัวสินค้าเป็นอย่างมาก จึงจำเป็นต้องทำให้ออกมาสวยงามและประณีตที่สุด
4. มีหน้าที่ในการหาข้อมูล ภาพประกอบตามแต่จะ ได้รับมอบหมาย ซึ่งข้อมูลและรูปภาพส่วนใหญ่จะนำไปจัดวาง Lay Out เพื่อนำเสนอขายลูกค้า และหากลูกค้ายอมรับผลงานนั้น ก็จะถูกนำไปใช้จริงเป็น Art Work ต่อไป
5. มีหน้าที่ตรวจ Copy ซึ่งเป็นการทำงานที่ต้องอาศัยความละเอียด รอบคอบ เนื่องจากงานดังกล่าวแสดงถึงความน่าเชื่อถือของบริษัท ดังนั้นจึงไม่ควรทำผิดพลาด
6. บางครั้งได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานนอกเหนือจากหน้าที่ปกติ โดยส่วนใหญ่จะเป็นงานฉีกถ่าย เช่น ถ่ายเอกสาร ส่งแฟกซ์ สแกนภาพ เป็น โอเปอร์เรเตอร์ชั่วคราวทำหน้าที่รับโทรศัพท์ และนำสินค้าไปส่งนอกสถานที่เป็นบางครั้ง
7. มีส่วนช่วยในการออกไปเก็บข้อมูลสำรวจเกี่ยวกับความคิดเห็นของชาวมุสลิมต่อธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย ที่ชุมชนคลองตัน และนำผลการสำรวจนั้นมาสรุปผล เพื่อนำข้อมูลนั้นไปใช้เป็นส่วนประกอบในการคิดงานต่อไป
8. มีหน้าที่วาด สตอรี่บอร์ดโฆษณา หลายเรื่อง เพื่อเป็นตัวอย่างในการนำเสนอ Presentation ต่อลูกค้า ในการขายงาน และช่วยเพิ่มความเข้าใจ เพื่อให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจเกี่ยวกับรายละเอียดของงาน รวมทั้งมองเห็นภาพรวมของงาน ได้ชัดเจนมากขึ้น
9. มีหน้าที่ช่วยคิด สปอตวิทยุประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสินเชื่อเช่ารถยนต์ของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย โดยสปอตวิทยุประชาสัมพันธ์ ดังกล่าว อาจจะมีการปรับปรุงแก้ไขจากพี่ Supervisor เพื่อนำไปใช้งาน
10. เข้าร่วมฟัง การนำเสนอในขายผลงานของ Pan Cosmetic
11. มีหน้าที่ถ่ายภาพนอกสถานที่ เพื่อนำไปใช้ประกอบ ในการทำ Presentation

12. ออกแบบ Pattern ลวดลายของถุงผ้า และเสื้อยืด ให้กับผลิตภัณฑ์ปลากะป๋อง TCB เพื่อนำไปใช้เป็นของสมนาคุณให้แก่ลูกค้าที่ซื้อสินค้า โดยงานดังกล่าวจะต้องได้รับการพิจารณาจากพี่ Supervisor
13. ทำหน้าที่ออกแบบ ตัวการ์ตูน เพื่อเป็นภาพประกอบ Ad โฆษณาของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย และได้รับการคัดเลือกให้นำไปใช้งานจริง



บทที่ 3 โครงการที่ได้รับมอบหมาย

จากการที่ได้ฝึกปฏิบัติงานในตำแหน่ง Graphic Designer ข้าพเจ้ามีความสนใจเกี่ยวกับขั้นตอนการผลิตสื่อโฆษณา เนื่องด้วยบริษัท ภูมิภาค คอร์ปอเรชั่น มีความชำนาญด้านการผลิตสื่อโฆษณเป็นพิเศษ ซึ่งการดำเนินการในการผลิตสื่อโฆษณานั้นจะต้องดำเนินการปฏิบัติงานอย่างละเอียดทุกขั้นตอน ซึ่งมีเนื้อหา ดังนี้

ขั้นที่ 1 ขั้นรับงาน

การรับงานของทางบริษัท ภูมิภาค คอร์ปอเรชั่น มีวิธีการอยู่ 2 ทางด้วยกัน คือ

- ทางบริษัทรับงานมาจากลูกค้า โดยทางลูกค้าติดต่อมาด้วยตนเอง และกำหนดโจทย์ขึ้นมาให้กับทางบริษัท
- บริษัทยื่นข้อเสนอที่จะรับทำงานด้านสื่อโฆษณานั้นๆ ให้กับลูกค้าด้วยตนเอง

ขั้นที่ 2 ขั้น Brief งานและการทำงาน

เป็นการทำงานในระยะเบื้องต้น เป็นการนัดแนะกันระหว่างฝ่ายบริษัทและฝ่ายลูกค้า ประสานงานกันเพื่อรับทราบความต้องการของทั้งสองฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นขอบเขตที่ลูกค้าต้องการได้รับ บางครั้งต้องลงรายละเอียดถึงไปถึงงบประมาณในการจัดทำสื่อต่างๆ แต่บางครั้งลูกค้าก็ยังไม่กำหนดงบประมาณที่ชัดเจนให้ทราบ

ในการดำเนินการขั้น Brief งานนี้ บ่อยครั้งที่พนักงานตำแหน่ง AE หรือ Creative ต้องไปดำเนินการขั้นนี้ด้วยตนเอง เพื่อช่วยในการตอบคำถามและให้ข้อมูลแก่ลูกค้า เพราะแต่ละฝ่ายชำนาญในเรื่องรายละเอียดแตกต่างกันออกไป

ในขั้น Brief งานนี้ หากเป็นงานโปรดัคชั่น เช่น ตัดต่อวิดีโอ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ จำเป็นต้องมีการจัดทำ Story Board ปลั้วงหน้าด้วย เพื่อให้ลูกค้ามองภาพได้อย่างชัดเจน เป็นรูปเป็นร่างมากขึ้น และง่ายต่อการตัดสินใจ หากลูกค้ารับทราบรายละเอียดจาก Story Board แล้วทำการตกลง ก็จะนำมาสร้างเป็นภาพการทำงานจริงที่สมบูรณ์แบบยิ่งขึ้น หรือที่เรียกว่า Shooting Board หลังจากนั้นจะมีการคัดเลือกนักแสดง เพื่อให้มีความเหมาะสมกับบทบาทที่วางเอาไว้ แล้วถึงเริ่มกระบวนการตัดต่อซึ่งอาจจะเป็น Outsource จากช่างนอกในขั้นตอนนี้

กรณีที่เป็นสปอตเรดิโอ จะมีขั้นตอนดำเนินการในขั้นนี้แตกต่างออกไปอีก คือ Copy Writer จะมีทีมงาน สร้าง Copy เพื่อให้สอดคล้องกับจุดประสงค์ลูกค้า จากนั้นจึงเลือกเสียงผู้ประกาศ หรือ Announcer (เลือกบุคคลที่มีน้ำเสียงเหมาะสมกับสื่อ อาจเป็นนักพูด หรือนักแสดงก็ได้) เพื่อจะได้ไปอัดเสียงที่สตูดิโอ แต่บางกรณีเฉพาะหน้า คำพูดในสคริปที่พูดจริงอาจมีระยะเวลาเกินกำหนด เช่น เวลาที่กำหนดแค่ 30 วินาที แต่สคริปที่นำมาอาจมีเนื้อหายาวเกิน ไปเราสามารถให้ผู้ประกาศมีการเปลี่ยนลักษณะการพูด ซึ่งอาจจะเร็ว

หรือซ้ำ หรือบางครั้งต้องออกอารมณ์เพื่อให้สปอตเรดิโอมีความน่าสนใจและมีความเหมาะสมเพื่อที่จะนำไปใช้งาน

ในส่วนของ Print Ad ลูกค้าจะให้ข้อมูลรายละเอียดของ Ad มาให้ ในขณะที่ Copy Writer จะมีหน้าที่ในการคิด Headline ใน Ad เพื่อให้ตัว Ad มีความน่าสนใจ ส่วนครีเอทีฟจะทำหน้าที่คือเป็นภาพซึ่งกระบวนการนี้เป็นกระบวนการสำคัญเพราะเป็นเหมือนการนำเสนอไอเดีย ความคิดสร้างสรรค์ ภายใต้อุปสงค์ที่ลูกค้าให้มาออกมาเป็นภาพ ซึ่งถ้าสามารถตีโจทย์เป็นภาพได้แล้ว ก็จะกระจายงานให้คอมพิวเตอร์กราฟฟิกวาง Lay out ซึ่งส่วนนี้คอมพิวเตอร์กราฟฟิกมีหน้าจั่ววางองค์ประกอบของภาพและ Copy ให้มีความเหมาะสมดูแล้วสวยงาม หากทำเสร็จแล้วจะต้องผ่านหน้าที่ของครีเอทีฟมาตรวจงานอีกทีว่าที่คอมพิวเตอร์กราฟฟิกวาง Lay out ไปมีความเหมาะสมหรือไม่ หากไม่เหมาะสมก็อาจจะมีการเปลี่ยน หรือขยับบางส่วนเล็กน้อย และในส่วนนี้ Copy Writer ก็จำเป็นต้องตรวจ Copy อีกครั้งเพื่อความถูกต้องของข้อความ เพราะบางครั้งคอมพิวเตอร์กราฟฟิกอาจจะเผลอคำตกหล่น หรือ วางคำไม่เหมาะสม

สำหรับกรณีที่ลูกค้ามอบหมาย นัดแนะให้ทำหลายสื่อ เช่น จัดบูธ งานอีเว้นท์ หรือโรดโชว์ แม้กระทั่งบางงานที่ทำเป็นแคมเปญตลอดปี หรือเป็นเทศกาล จะเป็นการเซ็นสัญญาระยะยาว อาจตกลงเรื่องราคาดังกล่าวก่อน หรือยังไม่ตกลง มีการต่อรองราคากันก่อนก็ได้ (อยู่ในขั้นก่อนการ Brief งาน)

ขั้นที่ 3 การนำเสนองานรอบแรก

เป็นการทำงานจริงให้ลูกค้าดู ประกอบการตัดสินใจ การดำเนินการขั้นนี้ต้องทำอะไรหลายๆ สื่อ เพื่อเป็นทางเลือก ให้ลูกค้ามีทางเลือกที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น หากลูกค้าสนใจก็จะตกลงทำสัญญาซื้อขาย สื่อที่เราแนะนำ แต่หากลูกค้าไม่สนใจก็อาจไม่ซื้อและยกเลิกการปฏิบัติงาน หรือสั่งให้ไป Brief งานอีกครั้งหนึ่ง ให้คำแนะนำ ให้ทางบริษัทกลับไปแก้ไขชิ้นงาน

ในการทำงานส่วนใหญ่ นั้น ต้องมีการนำกลับไปแก้ไข เพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ให้การทำงาน หรือการผลิตสื่อต่างๆ ออกมาอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยรายละเอียดในการทำงานนั้น ผู้ที่เป็นครีเอทีฟจะต้องรู้ขอบเขต คิดงานออกมาให้ได้เป็นรูปภาพ แล้วหลังจากนั้นจึงกระจายงานให้คอมพิวเตอร์กราฟฟิกทำเป็นขั้นตอน เมื่อทำเสร็จเป็นรูปร่างที่สมบูรณ์แล้ว เรียกว่า Layout

หลังจากนั้นจึงเข้าสู่ขั้นตอนนำไปเสนอลูกค้าอีกเป็นครั้งสุดท้าย

ขั้นที่ 4 Art Work

เมื่อมีการ Brief งานผ่านมามากหลายครั้ง จึงดำเนินการทำงานเป็น Art Work จนกว่าลูกค้าจะพอใจ มีการแก้ไขอยู่เป็นระยะอย่างต่อเนื่องจนกว่าลูกค้าจะพอใจ หรือถ้าลูกค้าไม่พอใจก็อาจ Cancel งาน ไปเลยก็ได้ และทางบริษัทก็ต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่ดำเนินงานมาเองทั้งหมด

ขั้นที่ 5 ยืนยันเสนอราคา

เป็นขั้นตอนดำเนินการขั้นสุดท้าย ทางบริษัทยืนยันเสนอราคา ต่อดังกล่าว รับเงิน จ่ายเงิน ถือว่าสิ้นสุดขั้นตอนในการดำเนินการ

บทที่ 4 สรุปผลงานปฏิบัติงาน

การปฏิบัติงานในบริษัท ภูมิแอ๊ด คอร์ปอเรชั่น จำกัด ในตำแหน่ง Graphic Design นั้น ส่งผลให้เกิดประโยชน์ในหลายๆ ด้านดังนี้

1. ด้านสังคม

- ได้รู้จักบุคคลต่างๆ มากยิ่งขึ้นภายในหน่วยงาน เกิดความรู้จักกับสายอาชีพที่แตกต่างหลากหลาย เช่น AE, Creative
- ได้รู้ถึงลักษณะการทำงานจริงและชีวิตประจำวันในการทำงาน
- ได้เรียนรู้และรู้จักวางตัวต่อบุคคล เช่น ผู้บริหาร, พนักงานรุ่นพี่ รวมทั้งเพื่อนร่วมงาน
- ได้เรียนรู้ทักษะการปรับตัวเพื่อเข้ากับบุคคลที่หลากหลาย ไม่ว่าจะทั้งด้านความคิดและด้านบุคลิก
- ได้เข้าใจถึงลักษณะการทำงานในแผนก วัฒนธรรมขององค์กร
- เข้าใจได้เข้าใจถึงกฎระเบียบของบริษัท และการปฏิบัติตามกฎระเบียบนั้นอย่างที่พนักงานทุกคนในบริษัทต้องปฏิบัติตาม และปฏิบัติตามกฎนั้นๆ อย่างเคร่งครัด
- ได้ฝึกทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่นที่มีความแตกต่างกัน ทั้งด้านความอาวุโส และต่างสายงาน
- ได้เรียนรู้และยอมรับกับคำติเตียนของพนักงานที่ปรึกษา และพร้อมที่จะแก้ไขกับความผิดพลาดนั้นๆ
- ได้รู้จักลักษณะชีวิตของการทำงานในแต่ละวัน และสามารถปรับตัวให้เข้ากับงานที่ต้องทำได้

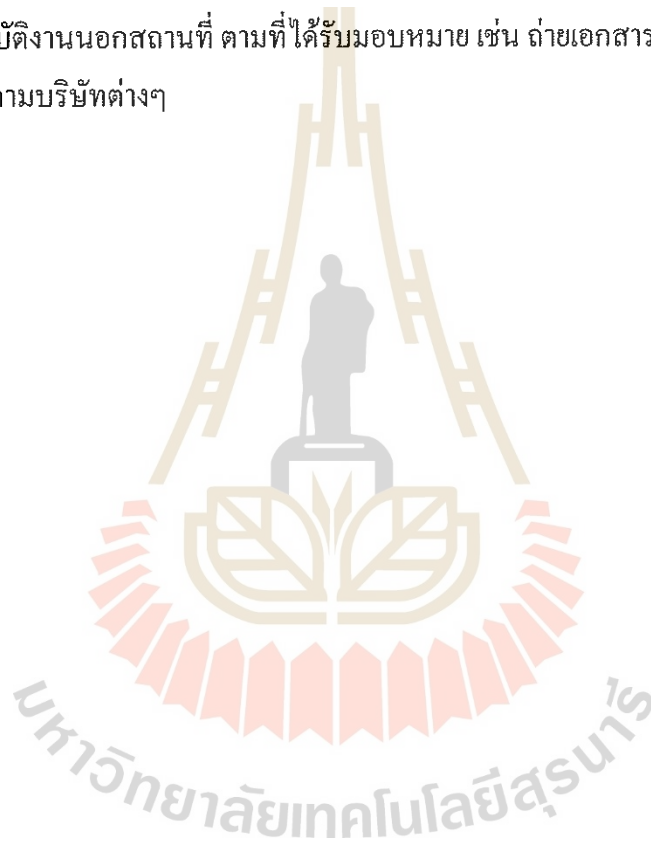
2. ด้านทฤษฎี

- ได้รับความรู้ และได้ฝึกทักษะเกี่ยวกับการวาง Lay Out ของ Ad โฆษณา
- ได้รับความรู้ด้านการใช้คำสั่งของโปรแกรม Illustrator และ Photoshop
- ได้ฝึกการเลือกรูปภาพ เรียนรู้ว่า ภาพชนิดใดสามารถนำมาใช้งานได้ เพื่อนำไปใช้ประกอบ Ad โฆษณาจริง
- ได้เรียนรู้ระบบการทำงานของพนักงาน ที่แตกต่างกันออกไปแต่ละบริษัท รวมถึงวัฒนธรรมองค์กรด้วย
- ได้เรียนรู้วิธีการรับงานจากลูกค้าภายนอก ที่ทางบริษัทเอเจนซี่ดูแลเกี่ยวกับการโฆษณา
- ได้เรียนรู้ทักษะด้านบุคคล ให้ความช่วยเหลือแม้ไม่ใช่หน้าที่ของตนเอง
- ได้เรียนรู้เทคนิคการ Di Cut รูปภาพ ซึ่งมีกระบวนการที่ซับซ้อนมากขึ้น

- ได้ลงรายละเอียดเกี่ยวกับการทำงาน เช่น ขนาดของรูปภาพ การใช้สี และการไปใช้งานจริงมากขึ้น

3. ด้านปฏิบัติ

- ใช้ทักษะการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกบริษัท
- ได้นำทฤษฎีต่างๆที่ได้เรียนจากมหาวิทยาลัย มาใช้งานจริง ไม่ว่าจะเป็นการ Di Cut, วาง Lay Out, นำทฤษฎีด้านการโฆษณาที่ได้เรียนมาใช้งานจริง
- ปฏิบัติการทำงานภายใต้ความกดดัน จากทั้งเวลา เพื่อนร่วมงาน และสภาพแวดล้อม
- ปฏิบัติงานนอกสถานที่ ตามที่ได้รับมอบหมาย เช่น ถ่ายเอกสาร ส่งแฟกซ์ นำสินค้าไปส่งตามบริษัทต่างๆ



บทที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

จากการปฏิบัติงานในตำแหน่ง Graphic Designer ที่บริษัท ภูมิภาค คอร์ปอเรชั่น จำกัด เป็นระยะเวลา 16 สัปดาห์นั้น นอกจากจะเป็นการนำความรู้ที่ได้รับจากมหาวิทยาลัยไปประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงานจริงแล้ว ในแง่ของการทำงานยังได้รับความรู้ใหม่นอกบทเรียน และคำแนะนำของพี่ Supervisor อันมีประโยชน์อย่างยิ่งที่จะนำไปปรับปรุงเพิ่มมากขึ้น ซึ่งนับว่าเป็นประสบการณ์ที่ดีในการทำงานในสายอาชีพนี้ต่อไปในภายภาคหน้า แน่ใจว่าการปฏิบัติงานจริงย่อมพบปัญหาและอุปสรรคในการทำงานบางประการ ซึ่งได้แก่

1. เนื่องจากเป็นครั้งแรกที่ได้ปฏิบัติงานจริง บ่อยครั้งที่การทำงานไม่เป็นไปตามแผนที่ได้วางไว้ และมีบางครั้งยังไม่เข้าใจกระบวนการทำงานอย่างถ่องแท้ เกิดความสงสัยแล้วไม่กล้าถาม ทำให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างไม่ราบรื่นและยังเกิดข้อบกพร่องอยู่มาก แต่เมื่อสามารถปรับตัวได้ กล้าคิด กล้าถามมากขึ้น ก็ได้รับคำแนะนำจากพี่ Supervisor จึงทำงานได้ดีขึ้นเป็นลำดับๆ
2. บ่อยครั้งที่มีความติดขัดในการสื่อสาร ประเภทคำศัพท์เฉพาะที่ทางบริษัทใช้
3. ปัญหาเรื่องการแบ่งเวลาในการใช้ชีวิตประจำวัน และในการทำงาน ช่วงแรกๆยังไม่คุ้นเคยกับวิธีการทำงานมากนัก ยังปรับตัวไม่ได้ แบ่งเวลาได้ไม่ดีพอจึงทำให้มีผลกระทบกับการทำงานพอสมควร แต่ในภายหลังได้มีการปรับปรุงจนคุ้นเคย
4. คอมพิวเตอร์ที่ใช้ในสำนักงานเป็นประเภท Mac ทำให้การปฏิบัติงานในช่วงแรกมีปัญหา อันเนื่องมาจากความไม่คุ้นเคย แต่ในภายหลังได้มีการเรียนรู้ สอบถามจากพนักงานที่มีความชำนาญ จนสามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้

ข้อเสนอแนะ

1. เนื่องจากบริษัท ภูมิภาค คอร์ปอเรชั่น จำกัด เป็นบริษัทที่มีความพร้อม ทั้งด้านอุปกรณ์ บุคลากร ผู้มีความรู้ตามสายงาน และมีความเข้าใจในหลักการของสหกิจศึกษาเป็นอย่างดี จึงอยากให้ทางบริษัทเปิดโอกาสรับนักศึกษาเข้าฝึกงานในบริษัทต่อไป เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดี แลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ๆให้แก่นักศึกษาในรุ่นต่อไป
2. ก่อนการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา นักศึกษาควรศึกษาหาความรู้ในสายงานที่ตนเข้าฝึก พร้อมทั้งข้อมูลรายละเอียดของบริษัท เพื่อให้มีความพร้อมทั้งกายและใจก่อนการฝึกปฏิบัติ นอกจากนี้ไม่ควรละเลยความรู้ที่ได้เคยศึกษามา เพื่อให้การร่วมงานกับบุคลากรในตำแหน่งต่างๆเกิดความราบรื่น ทั้งนี้ควรวางแผนไว้ล่วงหน้าว่า หลังจากเสร็จสิ้นการปฏิบัติงานแล้ว นักศึกษาควรได้สิ่งใดกลับไป เพื่อพัฒนาตนเองมากขึ้น

บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี. (2549). คู่มือสหกิจศึกษา. นครราชสีมา: โครงการสหกิจศึกษา
และพัฒนาอาชีพ

Available: <http://www.theamad.com>

Available: <http://themed.bkksol.com/>

