



การออกแบบและพัฒนาสื่อโฆษณา กรณีศึกษา
บริษัท ดราฟเอฟซีบี ไทยแลนด์ จำกัด พ.ศ. 2556
ART DIRECTOR DEVELOPMENT
CASE STUDY : DRAFT FCB (THAILAND) LTD. A.D. 2013

นายภคภัทร เกียรติเบญจกุล

โครงการสหกิจศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

สาขาวิชาเทคโนโลยีมีเดีย

สถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น

พ.ศ. 2556

การออกแบบและพัฒนาสื่อโฆษณา กรณีศึกษา บริษัท ดราฟเอฟซีบี ไทยแลนด์ จำกัด พ.ศ. 2556

ART DIRECTOR DEVELOPMENT

CASE STUDY : DRAFT FCB (THAILAND) LTD. A.D. 2013

นายภคภัทร เกียรติเบญจกุล

โครงการสหกิจศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีมีัลติมีเดีย

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

สถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น

พ.ศ. 2556

คณะกรรมการสอบ

.....ประธานกรรมการสอบ

(ร.ต.ต.หญิง ดร.นิดาพรรณ สุริรัตนันท์)

.....กรรมการสอบ

(ผศ.ตรีรัตน์ เมตต์การุณจิต)

.....กรรมการสอบ

(อาจารย์รัชชัย แก้วสิริ)

.....กรรมการสอบและอาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์ชาติรี ทองวรรณ)

.....ประธานสหกิจของสาขา

(อาจารย์ภูวดล ศิริกองธรรม)

ลิขสิทธิ์ของสถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

ชื่อโครงการ	ขั้นตอนการทำสื่อโฆษณา กรณีศึกษา บริษัท ดรอฟเฟชีบี ไทยแลนด์ จำกัด พ.ศ. 2556
ผู้เขียน	นายภกภัทร เกียรติเบญจกุล
คณะวิชา	เทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาวิชา เทคโนโลยีมัลติมีเดีย
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ชาติรี ทองสุวรรณ
พนักงานที่ปรึกษา	นายสุรมนัส จันทิมา
ชื่อบริษัท	บริษัท ดรอฟเฟชีบี ไทยแลนด์ จำกัด
ประเภทธุรกิจ/สินค้า	ประกอบธุรกิจให้บริการทางด้านงานสื่อโฆษณา ผลิตภัณฑ์สิ่งพิมพ์ สื่อมัลติมีเดีย สื่อวิทยุ และสื่อโฆษณาต่างๆ

บทสรุป

ได้ศึกษาขั้นตอนการทำสื่อโฆษณากรณีศึกษาบริษัท ดรอฟเฟชีบี ไทยแลนด์ จำกัด ซึ่งกระผมได้ทำการศึกษาวิธีและขั้นตอนการทำงาน เพื่อสร้างความเข้าใจในการทำงานโฆษณา เพื่อนำมาใช้กับงานที่ได้รับมอบหมาย และสามารถทำให้งานที่ได้รับมอบหมายมานั้นตรงตามความต้องการและสามารถทำให้ลูกค้าเข้าใจ และทำให้งานชิ้นนั้นๆประสบความสำเร็จ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการสหกิจศึกษาในครั้งนี้มาจากการศึกษาชิ้นงาน ทำความเข้าใจโฆษณาที่ได้รับรางวัล และโฆษณาทั่วไป ทำให้สามารถเข้าใจโฆษณาต่างๆที่มีจุดประสงค์แฝงอยู่ในโฆษณาชิ้นนั้นๆ และสามารถนำความเข้าใจมาใช้งานที่ได้รับมอบหมายมาได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังได้รับความรู้ใหม่ๆที่ไม่ได้มีเพียงแคในตำรา และในการเรียนการสอนภายในชั้นเรียน เข้าใจสังคมการทำงาน และการดำเนินชีวิตในรูปแบบของวัยทำงานมากขึ้น จะต้องมีการสร้างวินัยในตนเอง และมีความกระตือรือร้นในการออกไปทำงาน ประสบการณ์ทำงานในครั้งนี้ทำให้กระผมได้รู้จักสังคมวัยทำงานและการทำงานเป็นทีมมากขึ้น

Project's name	How Commercials are made Case Study : Draft FCB Company Limited A.D. 2013
Writer	Mr. Phakapat Keitbenjakul
Faculty	Faculty of Technology , Multimedia Technology
Faculty Supervisor	Mr. Chartree Tongwan
Job Supervisor	Mr. Suramanat Junttima
Company's name	Draft FCB Company Limited
ประเภทธุรกิจ/สินค้า	Managing and brokering various types of advertising media. Producing advertising materials for clients which are printed materials, TV commercials and radio spots.

Summary

Have studied the process of advertising case study : Prakrit Holding Company Limited. I have studied the process for understanding of advertising works. Applied to the work assigned. Made customer satisfaction and success about the job.

Benefits of cooperative education in this study was caused by the various forms of advertising and development project. Advertising can be deployment and planning work to procedure. Made aware of the fact that the content that is not taught in the classroom and also to understand the situation and life situation in life that actually work and collaborate with others. Have responsibility of my occupation . This is important experience in my own development.

กิตติกรรมประกาศ

ในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาที่บริษัท Draft FCB Company Limited เป็นระยะเวลา 4 เดือนนั้น ได้รับการดูแลจากพี่ ๆ ในแผนก และฝ่ายบุคคล รวมถึงพี่ ๆ ภายในบริษัทอย่างเป็นกันเอง และเป็นมิตร ได้เรียนรู้การทำงานจริง และได้รับความรู้มากมาย ทำให้การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาในครั้งนี้ลุล่วงไปด้วยดี

ขอขอบคุณ คุณสุรมนัส จันทิมา พนักงานที่ปรึกษา ซึ่งให้การดูแลและให้คำปรึกษาต่าง ๆ ในการทำงาน รวมถึงตอบข้อสงสัย และแนะแนวทางในการดำเนินงานให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ทั้งยังแนะนำเทคนิคต่าง ๆ เพื่อนำไปใช้ในการประยุกต์การทำงานต่อไปภายภาคหน้า ทำให้การสหกิจศึกษาตลอดระยะเวลา 4 เดือนเป็นที่น่าสนใจ และสำเร็จไปได้ด้วยดี ขอขอบพระคุณทุกท่านไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

TNI

สารบัญ

หน้า

บทสรุป

ก

Summary

ข

กิตติกรรมประกาศ

ค

สารบัญ

ง

สารบัญตาราง

ช

สารบัญภาพประกอบ

ซ

บทที่

1. บทนำ

1

1.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

1

1.2 ลักษณะของธุรกิจประกอบการ

2

1.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารองค์กร

5

1.4 ตำแหน่งและหน้าที่งานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

6

1.5 พนักงานที่ปรึกษา และ ตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา

7

1.6 ระยะเวลาปฏิบัติงาน

7

1.7 วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของการปฏิบัติงาน หรือ โครงการที่ได้รับ
มอบหมายให้ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

7

1.8 ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการปฏิบัติงาน หรือ โครงการที่ได้รับมอบหมาย

7

สารบัญ(ต่อ)

หน้า

2. ทฤษฎีและเทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน	8
2.1 ขั้นตอนการออกแบบสื่อโฆษณา	8
2.1.1 การรับงาน	8
2.1.2 กระบวนการออกแบบ	8
2.1.3 การพัฒนาสื่อโฆษณา	9
2.2 เทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน	9
2.2.1 Adobe Photoshop	9
2.2.2 Microsoft PowerPoint 2010	11
3. แผนงานการปฏิบัติงานและขั้นตอนการดำเนินงาน	14
3.1 แผนงานปฏิบัติงาน	14
3.2 รายละเอียดโครงการ	15
3.3 ขั้นตอนการดำเนินงานที่นักศึกษาปฏิบัติงานหรือโครงการ	16
3.3.1 ขั้นตอนการรับงานโฆษณา	16
3.3.2 กระบวนการทางความคิด	16
3.3.3 การประชุมเพื่อหาข้อสรุป	17
3.3.4 การรายงานให้ลูกค้า	17

สารบัญ(ต่อ)

หน้า

4. ผลการดำเนินงาน การวิเคราะห์และสรุปผลต่างๆ	19
4.1 ขั้นตอนและผลการดำเนินงาน	19
4.1.1 ศึกษาการขั้นตอนในการออกแบบสื่อโฆษณา	19
4.1.2 ตัวอย่างงานโฆษณา	19
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	33
4.3 วิเคราะห์และวิจารณ์ข้อมูลโดยเปรียบเทียบจากผลที่ได้รับ กับวัตถุประสงค์	33
5. บทสรุปและข้อเสนอแนะ	35
5.1 สรุปผลการดำเนินงาน	35
5.2 แนวทางการแก้ไขปัญหา	35
5.3 ข้อเสนอแนะจากการดำเนินงาน	35

สารบัญตาราง

หน้า

1.1 Task and Assignment	6
3.1 แผนปฏิบัติงานสหกิจศึกษา (ส่วนของงานที่ได้รับมอบหมาย)	14
3.2 แผนปฏิบัติงานสหกิจศึกษา (ส่วนของโครงการ)	15

TNI

สารบัญภาพประกอบ

หน้า

1.1	สถานที่ตั้งบริษัท คราฟเอฟซีบี ไทยแลนด์ จำกัด	1
1.2	คณะผู้บริหารบริษัท คราฟเอฟซีบี ไทยแลนด์ จำกัด	5
2.1	ขั้นตอนการเปิดงานนำเสนอ Microsoft PowerPoint	11
2.2	ขั้นตอนการบันทึกงานนำเสนอ Microsoft PowerPoint	12
2.3	ขั้นตอนการดูการนำเสนอภาพนิ่งตั้งแต่ภาพแรก	12
2.4	ขั้นตอนการดูการนำเสนอภาพนิ่งตั้งแต่ภาพปัจจุบัน	13
3.3.2	ตัวอย่าง Story Board ที่ผ่านการระดมความคิดจากบุคลากรภายในทีม	17
3.3.3	ตัวอย่าง Presentation 1	18
3.3.4	ตัวอย่าง Presentation 2	18
4.1	สตอรี่บอร์ดที่ใช้ในงานทำหนังสือโฆษณา Brand New Year 2014	21
4.2	สตอรี่บอร์ดที่ใช้ในงานทำหนังสือโฆษณา Brand New Year 2014	22
4.3	บทพูด (Copy) ที่ใช้ในงานทำหนังสือโฆษณา Brand New Year 2014	23
4.4	หน้าหลักของ Presentation งาน Event Brand กับเทศกาลเจ	24
4.5	หน้าสองของ Presentation งาน Event Brand กับเทศกาลเจ	25
4.6	หน้าสามของ Presentation งาน Event Brand กับเทศกาลเจ	26
4.7	หน้าสี่ของ Presentation งาน Event Brand กับเทศกาลเจ	27
4.8	แนวความคิดงาน Event Brand กับเทศกาลเจ	28
4.9	ตัวอย่างโปสเตอร์ (สื่อสิ่งพิมพ์) ของบริษัท K water	29

สารบัญภาพประกอบ(ต่อ)

หน้า

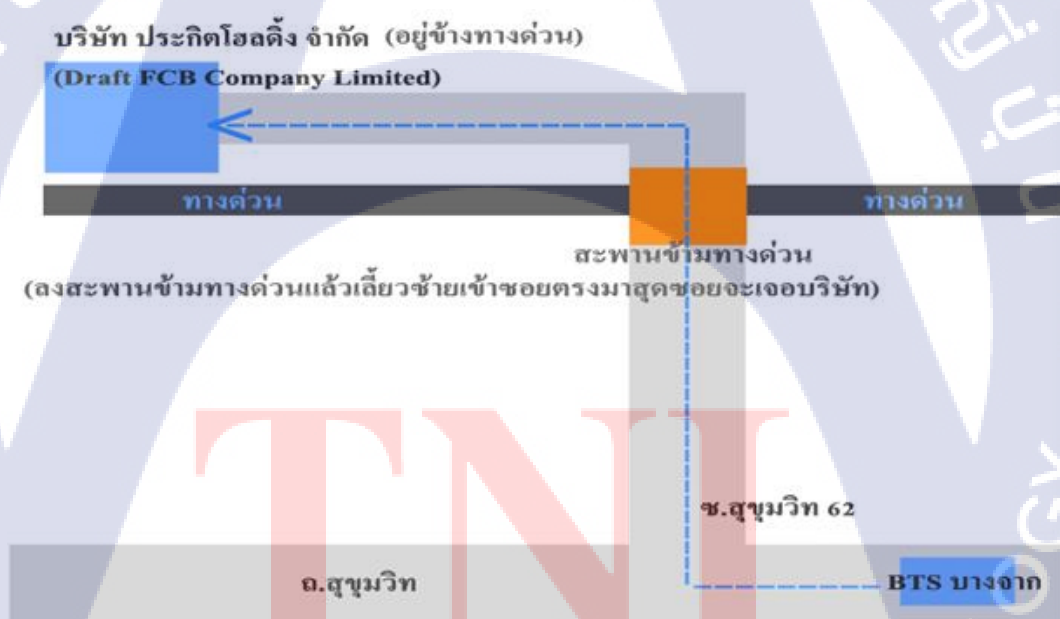
4.10	ตัวอย่างโปรสเตอร์ (สื่อสิ่งพิมพ์) ของรองเท้าผ้าใบยี่ห้อ Converse	30
4.11	ตัวอย่างภาพ(1) Referance ที่ใช้ในงานโฆษณา แบนด์ ปีใหม่ 2014	31
4.12	ตัวอย่างภาพ(2) Referance ที่ใช้ในงานโฆษณา แบนด์ ปีใหม่ 2014	32

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

ชื่อหน่วยงาน	บริษัท ดราฟเอฟซีบี ไทยแลนด์ จำกัด
ที่ตั้ง	เลขที่ 88 ถนนสุขุมวิท ซอยสุขุมวิท ตำบล/แขวง บางจาก อำเภอ/เขต พระโขนง จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10260
โทรศัพท์	0-2715-3000
แฟกซ์	0-2715-3000
เว็บไซต์	http://www.draftfcb.co.th/
อีเมล	info@draftfcb.co.th



*บริษัท ประกิตโฮลดิ้ง จำกัด และ Draft FCB Company Limited เป็นบริษัทในเครือเดียวกัน
(สถานที่ตั้งของบริษัทอยู่ที่เดียวกัน)

ภาพที่ 1.1 สถานที่ตั้งบริษัท ดราฟเอฟซีบี ไทยแลนด์ จำกัด

1.2 ลักษณะธุรกิจของสถานประกอบการหรือการให้บริการหลักขององค์กร

1.2.1 ประวัติความเป็นมา

ในปี 2537 ลูกค้านำรายใหญ่ของบริษัทได้เริ่มขยายธุรกิจไปยังอินโดจีนทำให้บริษัทเริ่มขยายธุรกิจโฆษณาเข้าไปยังอินโดจีนด้วย โดยเริ่มต้นที่ประเทศเวียดนามเป็นประเทศแรก และขยายต่อไปยังราชอาณาจักรกัมพูชา ประเทศสหภาพเมียนมาร์ ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ปลายปี 2540 ได้ร่วมทุนกับ PUBLICIS WORLDWIDE จากประเทศฝรั่งเศส จัดตั้งบริษัท ประกิต บับลิซิตี จำกัด ต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท บับลิซิตี (ประเทศไทย) จำกัด และคณะกรรมการบริษัทได้ขายหุ้นสามัญที่ถืออยู่ทั้งหมดในบริษัทนี้ให้แก่ บริษัท เซนิชออดิมีเดีย จำกัด เมื่อวันที่ 9 กรกฎาคม 2547

20 ธันวาคม 2542 จดทะเบียนเปลี่ยนชื่อ บริษัท ประกิต แอนด์ เอฟซีบี จำกัด (มหาชน) เป็น “บริษัท ประกิต โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน)” ทั้งนี้เพื่อให้เป็นไปตามการเปลี่ยนแปลงนโยบายครั้งสำคัญ กล่าวคือ บริษัท ประกิต โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) ได้จัดตั้งบริษัทย่อยขึ้นชื่อ “บริษัท เอฟซีบี เวิร์ลด์ไวด์ (ประเทศไทย) จำกัด” ซึ่งจดทะเบียนจัดตั้งเป็นบริษัทจำกัดเมื่อวันที่ 24 ธันวาคม 2542 โดยที่ บริษัท ประกิต โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในบริษัท เอฟซีบี เวิร์ลด์ไวด์ (ประเทศไทย) จำกัด

26 มิถุนายน 2543 บริษัท ประกิต โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) ได้เข้าไปร่วมทุนกับผู้ถือหุ้นชาวไทย ลงทุนในบริษัทโฆษณาชื่อ บริษัท มาร์เก็ตฟอรัช มาร์เก็ตติ้ง คอมมิวนิเคชั่นส์ ซึ่งต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ไอเอ็มซี คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด เมื่อวันที่ 5 กันยายน 2544

18 ตุลาคม 2547 คณะกรรมการบริษัทได้ประชุมและมีมติอนุมัติให้บริษัทจัดตั้งบริษัทย่อย ชื่อบริษัท มาร์เก็ตติ้ง ไดรฟ์ เวิร์ลด์ไวด์ (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจโฆษณาที่มีรูปแบบที่จะเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง ซึ่งแตกต่างไปจากธุรกิจโฆษณาโดยทั่วไป

9 ธันวาคม 2547 คณะกรรมการบริษัทได้ประชุมครั้งที่ 6/2547 และมีมติอนุมัติให้บริษัทซื้อ หุ้นสามัญของบริษัทจำนวนหนึ่งกึ่งจากผู้ถือหุ้นรายย่อยตามหลักเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทย โดยมีกำหนดระยะเวลาที่จะซื้อหุ้นกึ่ง ตั้งแต่ 1 มกราคม 2548 ถึง 30 มิถุนายน 2548 ซึ่งบริษัทได้ซื้อหุ้นกึ่งทั้งสิ้น 516,000.- หุ้น เป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 5,415,280.00 บาท

11 สิงหาคม 2548 คณะกรรมการบริษัท ได้ประชุมครั้งที่ 6/2548 และมีมติให้บริษัท ซื้อหุ้น สามัญของบริษัท ไคเร็กซ์ เรสพ็อนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด เพิ่มขึ้นอีก 800 หุ้น หรือ 40% ของทุนจดทะเบียน ออกจำหน่ายและเรียกชำระเต็มมูลค่าแล้ว โดยซื้อจากบริษัท ไคเร็กซ์ ฟอรัส (ฮ่องกง) จำกัด ในราคาหุ้นละ 2,000 บาท ซึ่งจะทำให้บริษัทถือหุ้นสามัญของบริษัท ไคเร็กซ์ เรสพ็อนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด รวมทั้งสิ้น 1,780 หุ้น หรือ 89% ของทุนจดทะเบียน ออกจำหน่ายและเรียกชำระเต็มมูลค่าแล้ว ต่อมาได้มีการแก้ไขในบัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้นของ บริษัท ไคเร็กซ์ เรสพ็อนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด แล้วเมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 2548

20 ธันวาคม 2549 คณะกรรมการบริษัท ได้ประชุมครั้งที่ 7/2549 และมีมติอนุมัติให้ซื้อ ที่ดินบริเวณซอยสุขุมวิท 62 ซึ่งมีเนื้อที่ 1,354 ตารางวา ในราคา 90 ล้านบาท จากบุคคลภายนอก ที่ไม่เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกันตามเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่ดินแปลงนี้อยู่ใกล้กับส่วนต่อขยายโครงการรถไฟฟ้า สถานีอ่อนนุช-แบริ่ง ทั้งนี้เพื่อรองรับ การขยายกิจการของบริษัทในอนาคต บริษัทได้ชำระค่าที่ดินให้แก่ผู้ขายเสร็จสิ้นเมื่อวันที่ 24 พฤษภาคม 2550

16 ตุลาคม 2550 คณะกรรมการได้ประชุมครั้งที่ 6/2550 มีมติให้ปิดกิจการ บริษัท ประกิต แอนด์ เอฟซีบี (เมียนมาร์) จำกัด เนื่องจาก ความไม่แน่นอนทางการเมือง รวมทั้งภาวะการณ์

แข่งขันธุรกิจโฆษณาในประเทศพม่า ไม่เอื้ออำนวยให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ และผลการดำเนินงานที่ขาดทุนต่อเนื่องมาตลอด จนถึง 30 มิถุนายน 2550 บริษัทมีผลขาดทุนสะสมเป็นเงิน US\$ 153,973.42 หรือ 5,319,057.99 บาท

3 ธันวาคม 2550 บริษัท เอฟซีบี เวิร์ลด์ไวด์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัทย่อยได้เปลี่ยนแปลงชื่อเป็น บริษัท คราฟท์เอฟซีบี (ประเทศไทย) จำกัด เนื่องจาก Inter Public Groups ผู้ถือหุ้นใหญ่ในประเทศสหรัฐอเมริกา มีนโยบายให้บริษัทในกลุ่มคือ Foote Cone & Belding (FCB) และ DRAFT ทำงานร่วมกัน เพื่อเสริมความแข็งแกร่งในธุรกิจโฆษณา โดยบริษัทใหม่ที่เกิดขึ้นให้ชื่อว่า “DRAFTFCB”

1.2.2 การประกอบธุรกิจของบริษัท

1. ประกอบธุรกิจให้บริการทางด้านงานสื่อโฆษณา (Media) งานบัญชีและการเงิน (Finance) และงานบริการด้านอื่นๆแก่บริษัทในเครือและบริษัทอื่น
2. ประกอบธุรกิจลงทุนในบริษัทร่วมและบริษัทย่อย

1.2.3 ประกอบธุรกิจโฆษณาโดยมีลักษณะการประกอบธุรกิจแบ่งเป็น 2 ส่วนคือ

1. งานด้านการเป็นตัวแทนซื้อสื่อโฆษณา บริษัทย่อยและบริษัทร่วมจะเป็นผู้จัดหาสื่อโฆษณาตามแผนที่วางไว้ซึ่งอาจจะเป็น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ หรือสื่อโฆษณาประเภทอื่นประเภทใดประเภทหนึ่ง หรือหลายประเภทพร้อมกันก็ได้ และบริษัทจะได้ค่าธรรมเนียมเป็นค่าตอบแทนในการเป็นนายหน้าจัดหาสื่อโฆษณา หรือติดต่อประสานงานกับบริษัทผู้ผลิตวัสดุโฆษณา
2. งานด้านการผลิตงานโฆษณาโดยดำเนินธุรกิจโฆษณาให้บริการงานโฆษณาอย่างครบวงจร โดยจะเป็นผู้คิดค้น ออกแบบและวางแผนทางการโฆษณาให้แก่ลูกค้า ซึ่งจะทำเป็นอาร์ตเวิร์คไปเสนอก่อน เมื่อเป็นที่น่าพอใจแล้วบริษัทจะเป็นผู้ไปติดต่อกับบริษัทผู้ผลิตวัสดุโฆษณาเพื่อผลิตเป็นงานที่พร้อมจะเผยแพร่ทางสื่อแต่ละประเภทตาม

แบบอาร์ตเวิร์คที่บริษัททำขึ้น เช่น ภาพยนตร์ หรือ วิดีโอ เป็นต้น เมื่อขั้นตอนการผลิตวัสดุโฆษณาเสร็จและพร้อมที่จะเผยแพร่

1.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารองค์กร

ประกิตจะแบ่งหน้าที่การทำงานของพนักงานในองค์กรออกเป็นส่วนๆ เพื่อความชัดเจนของงานในแต่ละด้าน เวลาทำงานส่วนมากทำเป็นทีม แต่ละแผนก ก็จะแบ่งทีมไป ตัวอย่าง แผนก Creative ก็จะแบ่งทีม เพื่อการทำงานที่รวดเร็ว และนำงานที่ทำมาประชุมภายในก่อนจะนำออกไปเสนอลูกค้า

Management Structure



Prakit Apisarnthanarax
Chairman



Barry Smit
Chief Advisor



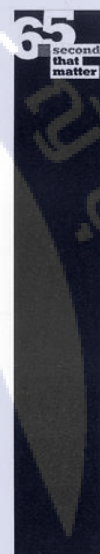
Anucha Viriyachai
CEO

Apirak Apisarnthanarak
Managing Director



Wichuda Grairithikul
EVP, Chief Financial Officer

Siri-orn Chernpipatanasakul
EVP, Executive Media Director



DRAFTFCB

ภาพที่ 1.2 คณะผู้บริหารบริษัท ดราฟเอฟซีบี ไทยแลนด์ จำกัด

1.4 ตำแหน่งและหน้าที่งานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

ตำแหน่งงานที่ได้รับมอบหมายในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาครั้งนี้คือ Art Director (Creative) โดยมีขอบเขตงานและหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายดังตาราง Task and Assignment ดังนี้

ตารางที่ 1.1 Task and Assignment

Task/Assignment	Detail
1. จัดหาแบบ Reference	- สามารถช่วยค้นหาแบบ Reference ในการใช้เป็นภาพประกอบการทำงานโฆษณา เพื่อเป็นตัวอย่างในการคิดงานโฆษณา
2. ออกแบบและคิดงานโฆษณา	- สามารถออกแบบและคิดงานโฆษณาที่ได้รับมอบหมายจากทางลูกค้าภายใต้โจทย์ที่ลูกค้ากำหนด
3. คิด Copy Write (คำเชิญชวนที่ใช้ในการโฆษณา)	- สามารถคิดคำเชิญชวนและคำพูดสำคัญๆ ที่ช่วยในการดึงดูดความสนใจในตัวสินค้าหรือโฆษณาชิ้นนั้นๆ
4. วาด Story Board	- สามารถวาด Story Board งานโฆษณาชิ้นนั้นๆ ในมุมมองและสื่อความหมายให้เข้าใจได้ง่าย
5. ทำ Presentation	- สามารถจัดทำ Presentation ในการนำเสนอผลงานภายในบริษัทเพื่อการ Brain Storm และนำงานไปปรับปรุงแก้ไขเพื่อนำออกไปเสนอลูกค้าต่อไป
6. การทำงานวิจัยผลิตภัณฑ์	- สามารถทำวิจัยโดยการสัมภาษณ์บุคคลกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัยนั้นๆ และเก็บรวบรวมผลวิจัย (แบบสอบถาม) ที่ได้นำมาปรับปรุงแก้ไข และเป็นแนวทางในการคิดงานโฆษณาต่อไป

1.5 พนักงานที่ปรึกษา และ ตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา

พนักงานที่ปรึกษา : คุณสุรมนัส จันทิมา
ตำแหน่ง : Sr.Art Director
แผนก : Creative

1.6 ระยะเวลาปฏิบัติงาน

ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาเป็นระยะเวลา 4 เดือนนับตั้งแต่วันที่ 3 มิ.ย. 2556 – 4 ต.ค. 2556

1.7 วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของการปฏิบัติงาน หรือโครงการที่ได้รับมอบหมาย ให้ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

- 1) เพื่อฝึกกระบวนการคิดงานโฆษณา และกระบวนการขั้นตอนการผลิตงานโฆษณา
- 2) เพื่อเสริมสร้างทักษะ ประสบการณ์ในการทำงานจริงให้นักศึกษาก่อนสำเร็จการศึกษา ถือเป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น สร้างความร่วมมือและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างมหาวิทยาลัยกับ บริษัท คราฟเอฟซีบี ไทยแลนด์ จำกัด

1.8 ผลที่คาดว่าจะได้รับการปฏิบัติงาน หรือโครงการที่ได้รับมอบหมาย

- 1) เรียนรู้กระบวนการขั้นตอนในการทำงานโฆษณา การออกแบบและการผลิตสื่อโฆษณา
- 2) สามารถทำงานร่วมกับบุคลากรภายในองค์กร และบุคคลอื่นได้
- 3) สามารถทำงานอยู่ภายใต้ความกดดันของสถานการณ์การทำงานจริงได้
- 4) ผลงานที่คิดขึ้น สามารถนำไปใช้งานได้จริง
- 5) ทราบความถนัดของตัวเองมากขึ้น ทำให้สามารถเลือกสาขาอาชีพได้ถูกต้อง
- 6) สำเร็จการศึกษาเป็นบัณฑิตที่มีศักยภาพในการทำงาน

บทที่ 2

ทฤษฎีและเทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

หน้าที่และการพัฒนาสื่อโฆษณาของ Art Director เป็นส่วนสำคัญของบริษัท ซึ่งเปรียบเสมือนสมองของบริษัท เป็นฝ่ายคิดวิเคราะห์ในการออกแบบสื่อโฆษณาแต่ละชิ้นเพื่อเสนอทางเลือกและผลงานให้แก่ลูกค้า

2.1 ขั้นตอนการออกแบบสื่อโฆษณา

2.1.1 การรับงาน

- ฝ่าย AE ทำการติดต่อประสานงานกับลูกค้า และนำโจทย์ที่ลูกค้ากำหนดในงาน โฆษณาชิ้นนั้นๆส่งต่อไปให้ฝ่าย Art Director รับช่วงกระบวนการทางความคิดต่อไป

2.1.2 กระบวนการออกแบบ

- เป็นหน้าที่ของฝ่าย Art Director มีหน้าที่ออกแบบงานตามโจทย์ที่ลูกค้ากำหนด โดยนำเงื่อนไขนั้นๆมาวางแผนออกแบบแนวคิด เริ่มจากการประชุมภายในทีม ตั้ง และวางแผนแนวคิดให้ไปในทิศทางเดียวกัน และสรุปไอเดีย จากนั้นจึงทำการจัดทำชิ้นงานในขั้นตอนต่อไป
- การวาดโครงเรื่อง หรือ Story Board เป็นการวาดภาพเล่าไอเดียคร่าวๆว่าจะจัดทำโฆษณาไปในทิศทางใดให้ทีมงานเข้าใจตรงกัน
- การหาแบบ Reference คือการหาแบบตัวอย่าง เช่น ไอเดียในโฆษณาแบรนด์ปีใหม่ ลูกค้าต้องการให้โฆษณาสื่อถึงความป็นปีใหม่กับแบรนด์ ทางทีมงานจึงคิด ไอเดียถึงต้นคริสต์มาสแบบแปลกๆ ต้นคริสต์มาสที่ทำจากวัสดุชนิดต่างๆ จะหาแบบอย่างมาเทียบเคียงกับแนวความคิดเพื่อแสดงให้เห็นภาพว่าไอเดียที่ต้องการจะสื่อออกมาให้คนอื่นเข้าใจได้ด้วย

- จัดทำ Story Board ที่สมบูรณ์ เข้าใจได้ง่ายแก่การนำเสนอให้ที่ประชุมภายในบริษัทคัดเลือกไอเดียที่ดีที่สุด จากนั้นจึงนำไอเดียที่ถูกคัดเลือกแล้วส่งให้ทางฝ่าย Design เพื่อจัดทำตัวชิ้นงานที่สมบูรณ์สวยงามเพื่อนำเสนอแก่ลูกค้าต่อไป

2.1.3 การพัฒนาสื่อโฆษณา

- การพัฒนาชิ้นงานนั้น มาจากแนวคิดและการศึกษา Ads ของงานที่ได้รับรางวัล เช่น Cannes Lion ,Ads of the world etc. นำงานโฆษณาที่ได้รับรางวัลเหล่านี้มาศึกษาแนวความคิด โดยกระบวนการ What ,How ,Who ,Where (ทำโฆษณาขึ้นเพื่ออะไร ,ทำได้โดยวิธีไหนอย่างไร ,ทำเพื่อนำเสนอกลุ่มคนใด เพื่อใคร ,และทำเพื่อนำเสนอที่ไหน สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อมัลติมีเดีย หรือสื่อใด)
- จากนั้นวาดแผนผังค้นไม่ต้อยอดแนวความคิดนั้นๆจนพัฒนาเป็นไอเดียใหม่ๆได้ต่อไป เพราะความคิดไม่หยุดนิ่ง บางครั้งเราจึงต้องนำเอาสิ่งเก่าๆมาประยุกต์ปรับเปลี่ยน หรือดัดแปลง เพื่อให้ได้ผลงานชิ้นใหม่ออกมาแนะนำเสนอผ่านสื่อ
- นำไอเดียที่ได้มาใช้ในงานโฆษณาต่อไป

2.2 เทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

2.2.1 Adobe Photoshop

Adobe Photoshop อ่านเป็นภาษาไทยว่า อะโดบี โฟโต้ชอป เป็นโปรแกรมที่ใช้สำหรับการตัดต่อภาพ รีทัชภาพที่มีผู้นิยมใช้งานมากที่สุด ในปัจจุบันโปรแกรม Photoshop เป็นโปรแกรมที่ได้รับความนิยมอย่างมากจากผู้สร้างเว็บไซต์ ไม่ว่าจะเป็นการนำมาสร้างหรือตกแต่งภาพเนื่องมาจากคุณสมบัติที่โดดเด่น ใช้งานง่าย และมีเอฟเฟคต่าง ๆ ให้เลือกใช้งานมากมาย

2.2.1.1 ความสามารถพื้นฐานของโปรแกรม โฟโต้ชอป

- ตกแต่งและจัดการรูปภาพ แปลงภาพในฟอร์แมตต่างๆ
- ปรับแต่งสี แสงในรูปแบบต่างๆ
- ซ้อนภาพ รีทัชภาพ
- รองรับการทำงานในระบบสี RGB, CMYK, LAB และ GrayScale
- รองรับการใช้งานภาพหลากหลายรูปแบบ

- มีฟิลเตอร์ เครื่องมือเสริมในการปรับแต่งภาพ
- มีโปรแกรมเสริม (Plug-ins) ฟิลเตอร์จากบริษัทอื่นๆ เช่น Kai Power Tools, Alien Skin Eye Candy เป็นต้น
- สามารถเขียนข้อความ ตกแต่งข้อความได้
- รองรับการสร้างภาพสำหรับบนเว็บเพจ สำหรับส่งร้านอัดรูป
- มีเครื่องมือแปรง (brush) สำหรับการขีดเขียนโดยตรง
- ระบบปฏิบัติการที่สามารถใช้ได้ Windows / Mac OS

2.2.1.2 พัฒนาการเวอร์ชันต่างๆ ของ โฟโต้ชอป

- เวอร์ชันแรกสุด 0.63 รองรับการใช้งานเฉพาะ Mac OS เท่านั้น
- เวอร์ชันถัดมา 1 และ 2 ก็ยังรองรับการใช้งานเฉพาะ Mac OS เท่านั้น
- เวอร์ชัน 2.5 และ 3.0 เริ่มรองรับการใช้งาน Windows / Mac OS, IRIX และ Solaris
- เวอร์ชัน 4, 5, 5.5 และ 6.0 รองรับเฉพาะการใช้งาน Windows / Mac OS
- เวอร์ชัน 7 และ 7.0.1 รองรับเฉพาะการใช้งาน Windows / Mac OS
- เวอร์ชัน 8 เป็นเวอร์ชันที่เปลี่ยนชื่อเป็น CS
- เวอร์ชัน 9 เป็นเวอร์ชันที่เปลี่ยนชื่อเป็น CS2
- เวอร์ชัน 10 อีกชื่อหนึ่งคือ CS3 และมีเวอร์ชันเสริมอีกตัวคือ CS3 Extended
- เวอร์ชัน 11 อีกชื่อหนึ่งคือ CS4 และมีเวอร์ชันเสริมอีกตัวคือ CS4 Extended
- เวอร์ชัน 12 อีกชื่อหนึ่งคือ CS5 และมีเวอร์ชันเสริมอีกตัวคือ CS5 Extended
- เวอร์ชัน 12 อีกชื่อหนึ่งคือ CS6 และมีเวอร์ชันเสริมอีกตัวคือ CS6 Extended

เวอร์ชัน ที่มีคำว่า Elements หมายถึง เวอร์ชันที่ถูกตัดทอนความสามารถบางอย่างออกไป เพื่อให้ราคาถูกลง และเหมาะสำหรับมือใหม่ที่ต้องการเรียนรู้การใช้งานโปรแกรมโฟโต้ชอป ส่วนเวอร์ชันที่มีคำว่า Extended หมายถึง เวอร์ชันที่สามารถทำงานร่วมกับภาพ 3 มิติ ได้ด้วย

ส่วนคำว่า CS ย่อมาจาก Create Suite ซึ่งทาง Adobe ก็มีการจัดกลุ่มสินค้าแบ่งออกเป็นหลายๆ กลุ่ม เพื่อให้เหมาะสมกับการนำไปใช้งาน แล้วยังได้ราคาที่ถูกกว่าการซื้อแบบเดี่ยวๆ อีกด้วย

2.2.2 Microsoft PowerPoint 2010

Microsoft PowerPoint เป็นโปรแกรมนำเสนอในชุดโปรแกรมไมโครซอฟท์ ออฟฟิศ ผลิตโดยบริษัทไมโครซอฟท์ พาวเวอร์พอยต์ทำงานบนระบบปฏิบัติการวินโดวส์ และแมคโอเอส

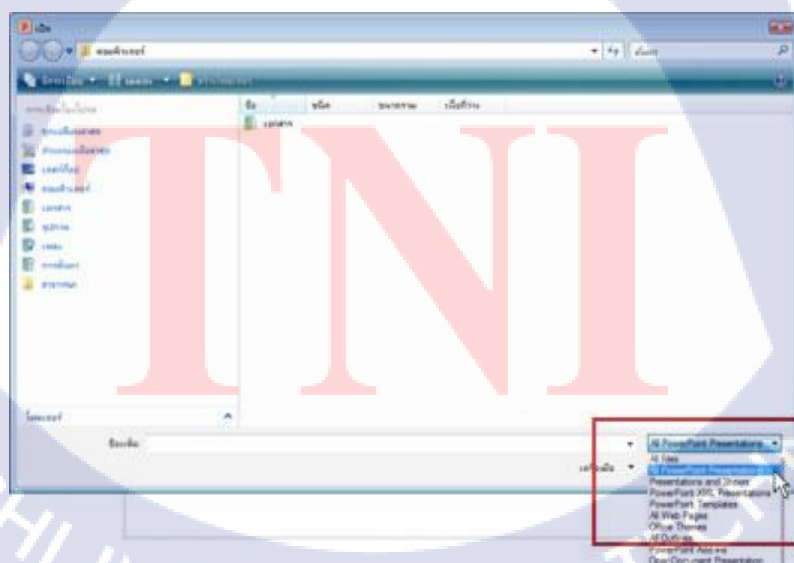
PowerPoint 2010 คือโปรแกรมประยุกต์แบบภาพและกราฟิก ที่มีจุดประสงค์หลักในการใช้เพื่อสร้างงานนำเสนอ PowerPoint ทำให้คุณสามารถสร้าง ดู และแสดงการนำเสนอภาพนิ่งที่รวมข้อความ รูปภาพ กราฟ ภาพเคลื่อนไหว แผนภูมิ วิดีโอ และอื่นๆ อีกมากมาย

2.2.2.1 การสร้างงานนำเสนอ

- 1.คลิกแท็บ แฟ้ม แล้วคลิก สร้าง
- 2.เลือกทำอย่างใดอย่างหนึ่งต่อไปนี้ คลิก งานนำเสนอเปล่า แล้วคลิก สร้าง

2.2.2.2 การเปิดงานนำเสนอ

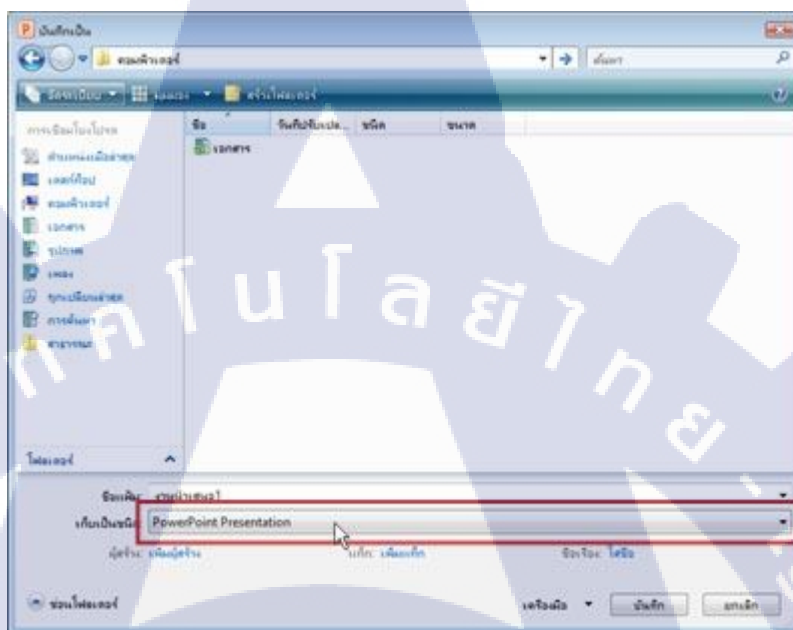
- 1.คลิกแท็บ แฟ้ม แล้วคลิก เปิด
- 2.ในบานหน้าต่างด้านซ้ายของกล่องโต้ตอบ เปิด ให้คลิกไดรฟ์หรือโฟลเดอร์ที่มีงานนำเสนอที่ต้องการ
- 3.ในบานหน้าต่างด้านขวาของกล่องโต้ตอบ เปิด ให้เปิดโฟลเดอร์ที่มีงานนำเสนอ
- 4.คลิกงานนำเสนอ แล้วคลิก เปิด



ภาพที่ 2.1 ขั้นตอนการเปิดงานนำเสนอ Microsoft PowerPoint

2.2.2.3 การบันทึกงานนำเสนอ

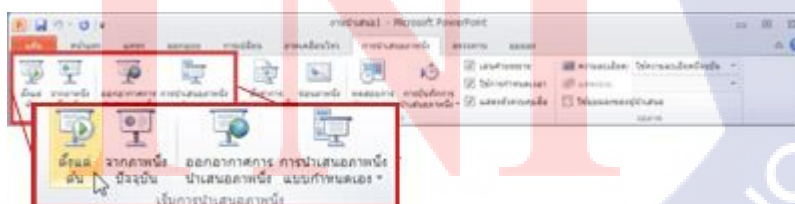
- 1.คลิกแท็บ แฟ้ม แล้วคลิก บันทึกเป็น
- 2.ในกล่อง ชื่อแฟ้ม พิมพ์ชื่อสำหรับงานนำเสนอ PowerPoint และคลิก บันทึก



ภาพที่ 2.2 ขั้นตอนการบันทึกงานนำเสนอ Microsoft PowerPoint

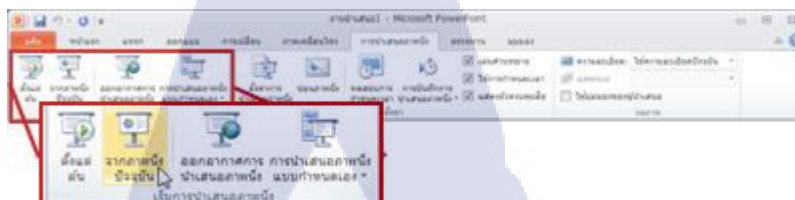
2.2.2.4 การดูการนำเสนอภาพนิ่ง

เมื่อต้องการดูงานนำเสนอของคุณในมุมมองการนำเสนอภาพนิ่งตั้งแต่ภาพนิ่งแรก ให้ทำดังต่อไปนี้บนแท็บ การนำเสนอภาพนิ่ง ในกลุ่ม เริ่มการนำเสนอภาพนิ่ง ให้คลิก ตั้งแต่ต้น



ภาพที่ 2.3 ขั้นตอนการดูการนำเสนอภาพนิ่งตั้งแต่ภาพแรก

เมื่อต้องการดูงานนำเสนอของคุณในมุมมองการนำเสนอภาพนิ่งตั้งแต่ภาพนิ่งปัจจุบันให้ทำดังต่อไปนี้ บนแท็บ การนำเสนอภาพนิ่ง ในกลุ่ม เริ่มต้นการนำเสนอภาพนิ่ง คลิก จากภาพนิ่งปัจจุบัน



ภาพที่ 2.4 ขั้นตอนการดูการนำเสนอภาพนิ่งตั้งแต่ภาพปัจจุบัน

บทที่ 3

แผนงานการปฏิบัติงานและขั้นตอนการดำเนินงาน

3.1 แผนงานปฏิบัติงาน

ตารางที่ 3.1 แผนปฏิบัติงานสหกิจศึกษา (ส่วนของงานที่ได้รับมอบหมาย)

หัวข้องาน	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4
- ศึกษาการทำงานในองค์กรของบริษัท				
- เรียนรู้วิธีการทำงานในแผนก (Art Director)				
- เรียนรู้กระบวนการขั้นตอนวิธีการทำงานโฆษณา				
- เรียนรู้วิธีการดำเนินงานโฆษณาให้สอดคล้องกับโจทย์ที่ลูกค้ากำหนดให้จริง				
- เรียนรู้การปฏิบัติงานเป็นทีม และเข้าร่วมงานกับบุคลากร				
- ฝึกทักษะและการเสนอไอเดียที่นำไปใช้ในงานโฆษณา				
- เรียนรู้การเขียนสคริปต์เพื่อนำไปเสนองานให้กับลูกค้า				
- เรียนรู้วิธีการทำงานการถ่ายทำโฆษณา (ออกกองถ่ายนอกสถานที่)				

ตารางที่ 3.2 แผนปฏิบัติงานสหกิจศึกษา (ส่วนของโครงการ)

หัวข้องาน	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4
กำหนดหัวข้อโครงการ				
ศึกษาข้อมูล				
การคิดวิเคราะห์				
นำเสนอผลงาน				
รวบรวมผลงาน				
จัดทำผลงานให้สวยงาม				
ส่งมอบชิ้นงานและประเมินผล				

3.2 รายละเอียดโครงการ

ข้าพเจ้าได้เข้ามาสหกิจศึกษา ณ บริษัท ดร่าฟเอฟซีบี ไทยแลนด์ จำกัด แผนก Creative เป็นระยะเวลา 4 เดือน มีหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายในการทำงานเกี่ยวกับการทำสื่อโฆษณา โดยเริ่มจากการศึกษาสื่อโฆษณาที่ได้รับรางวัลจากการประกวดต่างๆทั้งของไทยและต่างประเทศ ตามนิตยสารและหนังสือเกี่ยวกับสื่อโฆษณาต่างๆ ทั้งในเว็บไซต์และนอกเว็บไซต์ เพื่อศึกษา แนวความคิดเบื้องต้น และค้นคว้าแนวทางในการออกแบบและผลิตสื่อโฆษณา นอกจากนี้เพื่อ พัฒนาแนวความคิดในการคิดงานโฆษณาเพื่อให้ผลงานก้าวหน้า ทันสมัย และเป็นที่พอใจของลูกค้า ซึ่งนับเป็นงานหลักเพราะอาชีพ Creative เป็นอาชีพที่ต้องอาศัยและอัปเดตแนวความคิดใหม่ๆให้ทันสมัย เพื่อสร้างสรรค์ผลงานอยู่ตลอดเวลา

3.3 ขั้นตอนการดำเนินงานที่นักศึกษาปฏิบัติงานหรือโครงการ

ขั้นตอนการดำเนินงานแบ่งออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ๆ ได้แก่ ขั้นตอนการรับงานโฆษณา กระบวนการทางความคิด การประชุมเพื่อหาข้อสรุป และการขายงานให้ลูกค้า

3.3.1 ขั้นตอนการรับงานโฆษณา

ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย คือ การรับโจทย์งานจริงตามที่ลูกค้ากำหนดจาก แผนก AE จะเป็นแผนกที่ต้องทำการติดต่อกับลูกค้าภายนอกบริษัทที่มามีว่าจ้าง โดยทำการรับงานเข้ามาและส่งต่อให้แผนก Creative เพื่อทำการคิดงานที่รับมาอีกต่อหนึ่ง โดยแผนก Creative จะนำโจทย์ที่ได้จากการรับงานตามที่ลูกค้ากำหนดมาผ่านกระบวนการทางความคิดต่อไป

3.3.2 กระบวนการทางความคิด

เป็นขั้นตอนต่อจากการรับงานโฆษณา เป็นการระดมความคิดภายในทีม วางแผน และวางแผนความคิดให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าโดยใส่ไอเดียของตัวเองลงไปในงาน และนำมาเสนอในที่ประชุมภายในบริษัทก่อนเพื่อสรุปผลว่าชิ้นงานใดดีที่สุดจะได้นำมาจัดทำเป็นงานที่สมบูรณ์เพื่อนำออกไปเสนอขายให้แก่ลูกค้าอีกที



รูปที่ 3.3.2 ตัวอย่าง Story Board ที่ผ่านการระดมความคิดจากบุคลากรภายในทีม

3.3.3 การประชุมเพื่อหาข้อสรุป

หลังจากที่ผ่านกระบวนการทางความคิด ทางบริษัทจะมีการประชุมภายในบริษัท เพื่อหาข้อสรุปเกี่ยวกับงานโฆษณาที่ได้รับ ในที่ประชุมจะมีการออกความคิดเห็นต่างๆ ทั้งจุดเด่น จุดด้อยของงานที่ผ่านกระบวนการทางความคิด และเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหา และคัดเลือก แนวความคิดที่ดีที่สุด เพื่อที่จะนำไปเสนอในการขายงานแก่ลูกค้า

3.3.4 การขายงานให้ลูกค้า

การขายงานให้ลูกค้าผ่านทางแผนก Creative จะส่งทีมที่ได้รับเลือกให้ทำงาน โฆษณานั้นๆ ที่ผ่านการคัดเลือกจากการประชุมภายในของบริษัทแล้วว่าเป็นงานที่ดีที่สุด จะส่ง บุคลากรภายในทีมออกไปขายงานให้ลูกค้านอกสถานที่ โดยการขายงานนั้นทางทีมอาจจะทำ Presentation หรือ Story Board พร้อมคำอธิบายแนวคิดของงานขึ้นๆ เพื่อให้ลูกค้าเห็นภาพและ เข้าใจแนวคิดมากยิ่งขึ้น สร้างความสนใจให้ลูกค้า และง่ายต่อการขายงานให้ลูกค้าอีกด้วย



รูปที่ 3.3.3 ตัวอย่าง Presentation 1



รูปที่ 3.3.4 ตัวอย่าง Presentation 2

บทที่ 4

ผลการดำเนินงาน การวิเคราะห์และสรุปผลต่างๆ

4.1 ขั้นตอนและผลการดำเนินงาน

ในช่วงระยะเวลาสี่เดือนของการปฏิบัติงาน ได้มีการดำเนินงานตั้งแต่การศึกษาการออกแบบและพัฒนาสื่อโฆษณาจากสื่อต่างๆ และ ไปจนถึงกระบวนการการทำงานในขั้นตอนสุดท้าย กระผมจึงเสนอโครงการนี้ขึ้นมาและได้รับมอบหมายให้เป็นส่วนหนึ่งของการทำงานกับทางบริษัท และได้รับงานจากลูกค้าจริง งานที่ได้รับมอบหมายจากขั้นตอนการดำเนินงานในลำดับต่างๆ มีผลการดำเนินงานดังนี้

4.1.1 ศึกษาการขั้นตอนในการออกแบบสื่อโฆษณา

- การรับงานโฆษณาจากแผนก AE
- การนำงานที่ได้รับมามีวิเคราะห์ และวางแผนในการทำงานให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า
- การวาดโครงร่างสตอรี่บอร์ดเพื่อใช้เป็นแนวทางในการนำเสนอความคิดภายในทีม
- หาแบบ Referance (แบบตัวอย่าง) ของประกอบฉากในหนังโฆษณา
- การคิดท้อปปี (คำพูด) ที่เกี่ยวข้องกับงานที่ได้รับเพื่อใช้อธิบายสตอรี่บอร์ดให้ชัดเจนยิ่งขึ้น (ในส่วนนี้จะมีฝ่ายท้อปปีแยกต่างหาก)
- การสรุปงานหลังจากที่ออกแบบคร่าวๆเสร็จเรียบร้อยแล้วจะเป็นการนำเสนอไปเสนอให้กับทางบริษัทเพื่อทำการประชุมเกี่ยวกับงานชิ้นนั้นว่ามีข้อบกพร่อง และจุดที่ต้องแก้ไขเมื่องานชิ้นนั้นผ่านทางบริษัทเมื่อไรจึงนำไปเสนอให้กับลูกค้าต่อไป
- เมื่อลูกค้าพึงพอใจกับแนวความคิดที่นำเสนอไปแล้ว ขั้นตอนต่อไปจะส่งให้แผนก Graphic Design และ Production ทำหน้าที่ผลิตสื่อออกมา โดยอยู่ภายใต้การดูแลของทีมงานด้าน Creative มีหน้าที่ให้คำปรึกษา และอธิบายแนวความคิดเกี่ยวกับงานนั้นๆ เพื่อให้แผนกอื่นๆเข้าใจถึงแนวความคิดของงาน โดยผ่านกระบวนการถ่ายทำหรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า การออกกอง และผ่านกระบวนการตัดต่อ และแก้ไขจนกระทั่งงานเสร็จสมบูรณ์ และรอออกอากาศต่อไป

4.1.2 ตัวอย่างงานโฆษณา

4.1.2.1 งาน TVC

TVC ย่อมาจาก TV Commercial คือ การทำหนังสือโฆษณา ประกอบด้วยคน 3 กลุ่มใหญ่คือ

- ลูกค้า Account/Product
- คนคิดโฆษณา Advertising Agency (Creative/Art Director)
- คนผลิตโฆษณา Production House

4.1.2.2 การทำหนังสือโฆษณา (TVC)

แบ่งออกเป็น 3 ช่วงคือ

- Pre Production (ช่วงการเตรียมงาน)
- Shooting (ช่วงถ่ายทำ)
- Post Production (ช่วงหลังถ่าย – เก็บรายละเอียดของงาน)

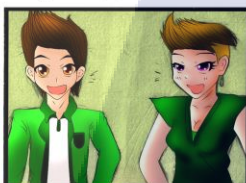


ภาพที่ 4.1 สตอรี่บอร์ดที่ใช้ในงานทำหนังสือ Brand New Year 2014 (โครงร่าง)

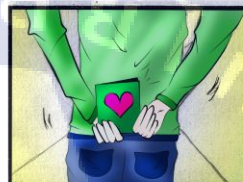
TVC : Brand New Year Project (1)



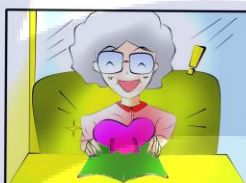
Scene 1 : ชุมเข้าไปที่หน้าพีช (ภาพ)

พีช โอปอลล์ : คุณเชื่อในความรู้สึกดีๆ
สามารถบอกรับได้Room39 เดินถือหน้าการรูปคนยิ้ม
พร้อมกับคำพูดปิดหน้าเข้ามาในห้อง (ภาพ)

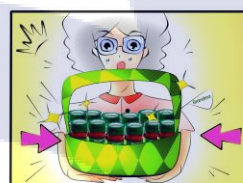
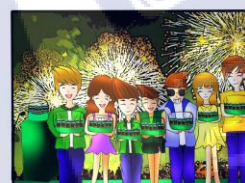
Room39 : แสบปีนิวเอียร์คะ/ครับหัวหน้า

Room39 ยืนคำพูดส่งให้หัวหน้า
แล้วคำพูดกลายเป็นกระเช้าแบรนด์ (ภาพ)หัวหน้าทำท่าตกใจที่ได้ของขวัญปีใหม่
สุดพิเศษ (ภาพ)ชุมเข้าไปที่กลุ่มของขวัญแล้วค่อยๆออกมา
(ภาพ)ค่อยๆออกมาเห็นคนผู้ถือของขวัญ
เดินมาในงาน Meeting (ภาพ)ชนผู้ยื่นของขวัญส่งให้แฟนคลับ
กลุ่มของขวัญก็กลายเป็นกระเช้า (ภาพ)แฟนคลับทำท่าตกใจและได้ใจที่ได้รับ
ของขวัญพิเศษ (ภาพ)นิชคุณเดินเข้ามาแอบการ์ดไว้ข้างหลัง
(ภาพ)นิชคุณ : อาม่าครับ
อาม่าเมาน้ำขึ้นมอแล้วอย่าให้ (ภาพ)

นิชคุณ : ขอมขวัญพิเศษสำหรับคนพิเศษครับ



การ์ดกลายเป็นกระเช้า (ภาพ)

อาม่าประหลาดใจที่ของขวัญกลายเป็น
กระเช้าแบรนด์

ทุกคน : ปีใหม่นี้ให้แบรนด์คุณแสดงความรู้สึกดีๆ

ภาพที่ 4.2 สตอรี่บอร์ดที่ใช้ในงานทำหนังโฆษณา Brand New Year 2014 (ชิ้นงานนำเสนอลูกค้า)

พีช โปปอล์ : คุณเชื่อไหม ความรู้สึกดีๆ สามารถมองเห็นได้

(ค่ายเพลง/ห้องอัด)

- Room 39 หอบคำพูด “ขอบคุณที่ทำให้มีวันนี้” ส่งให้ผู้หญิงในค่าย กลายเป็นกระเช้าแบรนด์อยู่ในมือ

(ร้านเบเกอรี่)

- ชมผู้เดินหอบคำพูดมาเซอร์วิส “ขอบคุณที่นำรักเสมอมา/ขอบคุณที่นำรักจูบเย/ขอบคุณที่นำรักมวีก”
ส่งให้แฟนคลับ คำพูดกลายเป็นกระเช้าแบรนด์

(ใบบ้าน/ห้องนั่งเล่น)

- นิชคุณเดินหอบคำพูด “รักอำมหิตที่สุดในโลก” ส่งให้ และคำพูดกลายเป็นกระเช้าแบรนด์

พรีเซ็นเตอร์ : “ปีใหม่นี้ ให้แบรนด์ พูดแทนความรู้สึกที่ดีที่สุดในของคุณ”

BRANDS

ภาพที่ 4.3 บทพูด (Copy) ที่ใช้ในงานทำหนังสือโฆษณา Brand New Year 2014

4.1.2.3 การทำ Presentation

การทำ Presentation วิธีการทำที่ง่ายที่สุดคือการทำในโปรแกรม Microsoft PowerPoint เพราะเป็นโปรแกรมที่มีฟังก์ชันในการนำเสนอที่เข้าใจง่าย ใช้งานง่าย และมีรูปแบบที่สวยงาม นอกเหนือจากนี้ยังสามารถโปรแกรมสำหรับการนำเสนอโปรแกรมอื่นๆ ได้อีกตามความถนัด และความเหมาะสมของผู้ใช้

Presentation ที่ดีต้องมีตัวอักษรน้อย และทำความเข้าใจได้ง่าย มีภาพประกอบที่ดึงดูด เป็นที่น่าสนใจและไม่น่าเบื่อแก่การนำเสนอ เพื่อดึงดูดผู้ฟังให้สนใจและทำความเข้าใจกับงานที่นำไปนำเสนอ



ภาพที่ 4.4 หน้าหลักของ Presentation งาน Event Brand กับเทศกาลเจ ที่นำไปนำเสนอลูกค้า



ภาพที่ 4.5 หน้าที่สองของ Presentation งาน Event Brand กับเทศกาลเจ ที่นำไปนำเสนอลูกค้า

TNI

THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY



ภาพที่ 4.6 หน้าที่สามของ Presentation งาน Event Brand กับเทศกาลเจ ที่นำไปนำเสนอลูกค้า



ภาพที่ 4.7 หน้าี่สี่ของ Presentation งาน Event Brand กับเทศกาลเจ ที่นำไปนำเสนอลูกค้า

CONCEPT NAME

- วิต้าเบอร์รี่ ดื่มง่ายได้บุญ
- เจนนี่มีแต่ได้กับวิต้าเบอร์รี่
- กินเจดูดีกับวิต้าเบอร์รี่
- หล่อ สวย รวยบุญ
- 10 วันดูดีกับวิต้าเบอร์รี่
- อิ่มตา อิ่มบุญกับวิต้าเบอร์รี่

ภาพที่ 4.8 แนวความคิดงาน Event Brand กับเทศกาลเจ ที่นำไปนำเสนอลูกค้า

4.1.2.4 การทำโปสเตอร์

โปสเตอร์ คือ สื่อโฆษณาชนิดหนึ่ง เป็นกระดาษเพียงแผ่นเดียว มีข้อความหรือรูปภาพ ประกอบช่วยสื่อความหมายในการบอกข่าว ชักจูงใจ หรือเรียกความสนใจเพื่อรณรงค์ในเรื่องต่าง ๆ จัดอยู่ในสื่อสิ่งพิมพ์ จัดได้ว่าเป็นสื่อที่ช่วยในการเผยแพร่ได้อย่างกว้างขวาง และเป็นที่ยอมรับใช้มากที่สุดสื่อหนึ่ง เพราะนอกจากจะสะดวกแล้วยังเป็นการประหยัดงบประมาณได้อย่างมากและสามารถเก็บไว้ดูได้เป็นเวลานานอีกด้วย สื่อสิ่งพิมพ์จึงเป็นทางเลือกหนึ่งนอกจากวิทยุกระจายเสียง, โทรทัศน์, แผ่นป้ายโฆษณา ฯลฯ

4.1.2.5 ประเภทของสิ่งพิมพ์

สื่อสิ่งพิมพ์สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ

- 1.) หนังสือพิมพ์ (Newspapers)
- 2.) นิตยสารและวารสาร (Magazines and Journals)
- 3.) หนังสือเล่ม (Book)
- 4.) สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจต่าง ๆ เช่น ใบปลิว (Leaflets) แผ่นพับ (Folders) เอกสารเล่มเล็กหรือจุลสาร (Booklets หรือ Pamphlets) จดหมายข่าว (News letters)



ภาพที่ 4.9 ตัวอย่างโปสเตอร์ (สื่อสิ่งพิมพ์) ของบริษัท K water



ภาพที่ 4.10 ตัวอย่างโปสเตอร์ (สื่อสิ่งพิมพ์) ของรองเท้าผ้าใบยี่ห้อ Converse

4.1.2.6 การหาแบบ Reference

การหาแบบ Reference คือการหาตัวอย่าง เพื่อเป็นแบบอย่างของประกอบฉากในการทำหนังสือโฆษณา หรือสื่อโฆษณาชนิดต่างๆ เช่นในการจัดบูธงาน Event สินค้าแบรนด์ ภายได้ Concept แบรนด์ ปีใหม่ 2014 ต้องออกแบบและจัดหาแบบ Reference เพื่อเป็นต้นแบบและแนวทางในการใช้ในงานโฆษณา

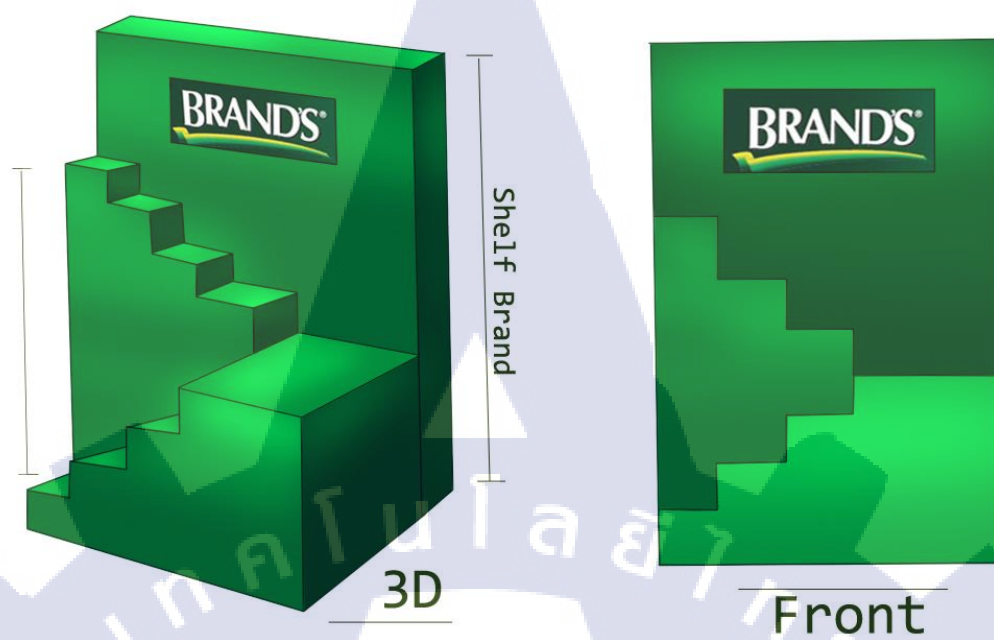
TNI

3D

Brand New Year Shelf



ภาพที่ 4.11 ตัวอย่างภาพ(1) Reference ที่ใช้ในงานโฆษณา แบรนด์ ปีใหม่ 2014



ภาพที่ 4.12 ตัวอย่างภาพ(2) Reference ที่ใช้ในงานโฆษณา แบรนด์ ปีใหม่ 2014

TNI

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.2.1 วิเคราะห์แนวคิดในการผลิตสื่อโฆษณา

ศึกษาขั้นตอนการผลิตสื่อโฆษณา ทำการวิเคราะห์แนวคิดในการผลิตสื่อจากโจทย์ที่ลูกค้ากำหนด และศึกษารูปแบบแนวคิดจากแนวคิดเดิม เช่น ศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับงานโฆษณาที่ได้รับรางวัล ศึกษาจุดเด่นและจุดด้อยของงานชิ้นนั้น เพื่อนำมาประยุกต์จนเกิดแนวคิดใหม่ เพื่อการผลิตสื่อโฆษณาต่อไป

4.2.2 วิเคราะห์ความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

Concept และวิธีการทำงานต่างๆเกิดจากความต้องการของลูกค้า ลูกค้าจะระบุความต้องการในงานโฆษณาชิ้นนั้นๆเป็นแบบแผน และแนวทางในการทำงานให้ และ Creative/Art Director มีหน้าที่วิเคราะห์โจทย์ และความสอดคล้องของงาน ให้ชิ้นงานนั้นๆออกมาตรงกับความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า

4.3 วิเคราะห์และวิจารณ์ข้อมูลโดยเปรียบเทียบจากผลที่ได้รับกับวัตถุประสงค์

จากวัตถุประสงค์ของการผลิตสื่อโฆษณามีดังต่อไปนี้

- เสนอแนวคิดที่ไม่เหมือนใคร มีความน่าสนใจ มีเอกลักษณ์ และทำให้เป็นที่จดจำ โดยยึดความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก
- งานโฆษณาต้องทำให้ลูกค้ามีความเข้าใจ และไม่สับสนกับตัวงานโฆษณาชิ้นนั้นๆ

4.3.1 แนวคิดน่าสนใจ ยึดความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก

รูปแบบแนวคิดในการนำเสนอที่น่าสนใจ โดยยึดความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก และเพิ่มแนวคิดที่เป็นเอกลักษณ์ ดึงดูด และทำให้ผู้คนจดจำงานโฆษณาชิ้นนั้นๆได้ หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า การหาจุดขายของงาน เช่น มีการใช้สโลแกนที่ฟังแล้วติดหู หรือข้อความที่ทำให้จดใจได้ว่าสื่อโฆษณานั้นๆเป็นของผลิตภัณฑ์ยี่ห้อใด ของบริษัทใด

4.3.2 ตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ในการทำสื่อโฆษณาหัวใจสำคัญนอกเหนือจากแนวคิดที่ดีแล้ว ยังต้องคำนึงถึงโจทย์ที่ลูกค้ากำหนดด้วย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เช่น ในการทำหนังสือโฆษณาของแบรนด์ช่วงเทศกาลปีใหม่ โจทย์ที่ลูกค้ากำหนดคือ ความหรูหรา มีระดับ และการมอบแบรนด์เป็นของขวัญ

วันปีใหม่ หัวใจสำคัญของงานคือ ออกแบบแนวคิดและวิธีการนำเสนอกระเช้าแบรนด์ในหนังสือโฆษณาให้น่าสนใจ และน่าประทับใจ โดยให้แตกต่างจากโฆษณาแบรนด์ปีใหม่อีกตัวก่อนๆที่ผ่านมา และต้องคำนึงถึงโจทย์ที่ถูกกำหนด โดยใช้นักแสดง และดารารับเชิญเป็นพรีเซนเตอร์ และคิดเรื่องราวให้สอดคล้องกับหนังสือโฆษณาภายใต้หัวข้อที่ได้รับมอบหมายอีกด้วย



บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการดำเนินงาน

จากการศึกษาขั้นตอนในการทำสื่อโฆษณา บริษัท ดราฟเอฟซีบี ไทยแลนด์ จำกัด สามารถทำให้ทักษะในการออกแบบสื่อโฆษณาเป็นในทิศทางที่ดีขึ้น มีการพัฒนาในส่วนของการออกแบบ การคิดวิเคราะห์ การนำเสนอแนวคิดใหม่ๆ การทำงานและการเข้าใจขั้นตอนการผลิตสื่อโฆษณาให้เป็นที่พึงพอใจของลูกค้า และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ความสำเร็จของการศึกษาการผลิตสื่อโฆษณามีดังนี้

- ทำความเข้าใจโจทย์ที่ลูกค้ากำหนดได้
- เสนอแนวคิดใหม่ๆให้สอดคล้องกับชิ้นงานที่ได้รับมอบหมายได้ดี
- ฝึกทักษะและนำเสนอแนวคิด และอธิบายความคิดให้บุคลากรภายในแผนกเข้าใจได้
- สามารถนำชิ้นงานที่ออกแบบไปนำเสนอภายในที่ประชุม และได้รับการตอบรับที่ดี

5.2 แนวทางการแก้ไขปัญหา

ปัญหาที่พบระหว่างทำงานส่วนใหญ่จะเป็นปัญหาเกี่ยวกับแนวความคิดในการผลิตสื่อโฆษณา การหาแนวคิดแปลกใหม่เป็นสิ่งที่ยาก การคิดให้แตกต่างจากสื่อโฆษณาที่เคยมีอยู่แล้วเป็นเรื่องที่ค่อนข้างลำบากเพราะงานโฆษณาส่วนใหญ่จะมีความคล้ายคลึงกัน แนวทางแก้ไขปัญหาคือ การศึกษาและทำความเข้าใจสื่อโฆษณาที่ได้รับรางวัล และสื่อต่างๆที่มีอยู่แล้วตามหนังสือ นิตยสาร เพื่อฝึกทักษะและหาแนวคิดใหม่ๆให้กว้างขวาง ท้นสมัมากขึ้น สอดคล้องกับยุคสมัย และโจทย์งานที่ได้รับ

5.3 ข้อเสนอแนะจากการดำเนินงาน

ในการดำเนินงานระหว่างการศึกษาตลอด 4 เดือนที่ผ่านมา ปัญหาส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นกับตัวลูกค้าเอง ลูกค้าส่วนใหญ่ในงานที่ต้องการมาเสนอบริษัทครั้งแรก เมื่อเราทำงานตามความต้องการของลูกค้าในขั้นตอนแรก ลูกค้าจะเกิดปัญหากับตัวลูกค้าเอง และงานชิ้นนั้นจะมีปัญหาจึงต้องทำการแก้ไขอีกครั้ง แต่เมื่อเราแก้ไขแล้วลูกค้ากลับพอใจชิ้นงานตัวแรกมากกว่าตัวที่แก้ไข กระผมจึงมีข้อเสนอแนะในการทำงานด้านโฆษณา หากลูกค้ามีการขอแก้ไขงานให้ทำตามที่เขาต้องการ เพราะความต้องการของลูกค้าต้องมาเป็นอันดับหนึ่งและต้องไม่ใช้อารมณ์เมื่อลูกค้าเกิด

ความไม่พอใจ และขอแก้ไขหลายๆครั้ง แนะนำให้อธิบายตัวงานชิ้นนั้นๆให้ลูกค้ามีความเข้าใจ
ชิ้นงานนั้นให้มากขึ้น

ในส่วนของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาภายในบริษัท ดร.ฟอฟซี่บี ไทยแลนด์ จำกัด พบว่า
การทำงาน และตารางงานแต่ละวันนั้นไม่เหมือนกัน ตารางงานจะเปลี่ยนไปเรื่อยๆตามชิ้นงานที่
ได้รับเข้ามา เพราะในการทำงานนั้นจะมีการนัดหมายในแต่ละวันเวลา ไม่ว่าจะเป็นการประชุม
ภายในบริษัท หรือนอกบริษัท การออกไปขายงานให้ลูกค้าตามสถานที่ต่างๆ หรือแม้กระทั่งการ
ออกไปถ่ายทำนอกสถานที่ ล้วนแล้วแต่มีกำหนดการที่ไม่เหมือนเดิม ตายตัว และอาจจะ
เปลี่ยนแปลงได้วันต่อวัน เพราะฉะนั้นจึงจำเป็นต้องมีการเตรียมตัวให้พร้อม เพื่อที่จะรับกับสถาน
การณ์ในช่วงนั้นๆได้ อีกทั้งบุคลากรภายในแผนกมีความเป็นกันเอง ไม่มีสภาวะกดดันมากนัก ทำ
ให้การทำงานราบรื่น และสามารถซักถามข้อสงสัยได้โดยไม่ต้องมีความกังวล ทำให้สามารถเข้าใจ
โจทย์งานที่ได้รับมอบหมายมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้บุคลากรภายในแผนกยังช่วยให้คำแนะนำและช่วย
ปรับแก้ไขชิ้นงานให้มีมาตรฐาน และนำเสนอมากยิ่งขึ้น เน้นสอนให้นำเสนอและศึกษาแนวคิด
ใหม่ๆอยู่ตลอดเวลาเพราะงาน Art Director นั้น วิธีการคิดและการนำเสนอให้น่าสนใจนั้นจำเป็น
อย่างยิ่งต่อการทำงานสายอาชีพนี้ และยังคงอัปเดตตนเองให้ทันสมัย เพื่อนำไปปรับใช้ในการผลิต
สื่อโฆษณาต่อไป

TNI

เอกสารอ้างอิง

1. **Microsoft Office PowerPoint** [Online], Available : <http://office.microsoft.com/th-th/powerpoint-help/HA101824346.aspx>, [10/03/2013]
2. **TV Commercial** [Online], Available : http://blog.pheno.com/v2/index_production101.php, [2005]
3. **การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์** [Online], Available : http://pakjirapantim300.blogspot.com/p/1_10.html, [11/02/2011]
4. **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการวิจัย** [Online], Available : <http://www.watpon.com/Elearning/res8.htm>, [10/2005]

ภาคผนวก ก

คู่มือการใช้งานเครื่องมือสำหรับบรรณารักษ์

TNI

คู่มือการใช้งานเครื่องมือสำหรับบรรณารักษ์

ขั้นตอนการสัมภาษณ์และวิจัยงานโฆษณา

10 หัวข้อในการทำวิจัยงานโฆษณาที่ดี

ในการทำโฆษณาในแต่ละชิ้นงานนั้น เมื่อชิ้นงานนั้นได้มีการนำเสนอผ่านทางสื่อต่างๆ หรือก่อนจะมีการโฆษณาผ่านสื่อ จะต้องมีการวิจัยงานชิ้นนั้นๆ ผ่านทางกลุ่มเป้าหมายที่โฆษณานั้นๆ ต้องการจะสื่อว่ากลุ่มเป้าหมายมีความเข้าใจและพอใจหรือมีความสนใจในงานโฆษณาดังนั้นหรือไม่

10 หัวข้อในการทำวิจัยงานโฆษณามีดังนี้

- 1.) เลือกหัวข้อปัญหาที่จะทำการวิจัย (Selecting a topic of research)

เพื่อเป็นการกำหนดขอบเขตหรือขอบข่ายของงาน

- 2.) ศึกษาค้นคว้ารวบรวมความรู้พื้นฐาน และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

(Review literature and related research)

เพื่อให้ผู้วิจัยมองเห็นวิวัฒนาการของความรู้หรือทฤษฎีนั้น ๆ ว่ามีพัฒนาการอย่างไร ใครเป็นคนต้นคิด มีใครตรวจสอบวิจัยมาบ้างแล้ว มีตัวแปรใดบ้างที่เข้ามาเกี่ยวข้อง แบบแผนการวิจัยทั่ว ๆ ไป เป็นเช่นใด ฯลฯ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะช่วยให้ผู้วิจัยมองเห็นปัญหาแจ่มชัดขึ้น

- 3.) ให้คำจำกัดความหัวข้อปัญหาที่จะทำการวิจัย (Formulating research problem)

ในขั้นนี้ผู้วิจัยจะต้องเขียนบรรยายถึงความเป็นมาของปัญหาที่จะวิจัย ทฤษฎีพื้นฐาน ความมุ่งหมายของการวิจัย ความสำคัญของการวิจัย ขอบเขตของการวิจัย ข้อตกลงเบื้องต้น คำนิยามศัพท์เฉพาะ วิธีดำเนินการ กลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล รวมทั้งเอกสารการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- 4.) สร้างสมมติฐาน (Formulating research hypothesis)

การสร้างสมมติฐานเป็นการคาดคะเนคำตอบของปัญหาที่จะทำการวิจัยว่า ควรจะเป็นไปในลักษณะใด โดยอาศัยหลักของเหตุผลซึ่งอาจได้มาจากประสบการณ์หรือเอกสารงานวิจัยที่ค้นคว้ามาอนุมาน (Deductive) ว่าปัญหานั้นควรจะได้เช่นไร คำตอบที่ได้จากการเดาหรือคาดคะเนนี้เรียกว่า

สมมติฐาน ในขั้นนี้ผู้วิจัยจะต้องพิจารณาด้วยว่าปัญหาและสมมติฐานในการวิจัยมีความสอดคล้องกัน และสมเหตุสมผลพอที่จะตรวจสอบได้หรือไม่ด้วย

5.) พิจารณาแหล่งที่มาของข้อมูล (Source of data)

ผู้วิจัยจะต้องระลึกอยู่เสมอว่ากำลังทำวิจัยเรื่องอะไร ข้อมูลที่จะทำการวิจัยคืออะไร อยู่ที่ไหน กลุ่มตัวอย่างเป็นใคร จะได้มาอย่างไร และเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีใด เป็นต้น

6.) สร้างเครื่องมือที่จะใช้ในการวิจัย (Formulating research instrument)

การเตรียมอุปกรณ์ในการที่จะเก็บรวบรวมข้อมูลให้พร้อมก่อนที่จะทำการวิจัย โดยพิจารณาจากรูปแบบของการวิจัยและความต้องการประเภทของข้อมูลเป็นสำคัญ เพื่อให้ผู้วิจัยจะได้กำหนดและเลือกเครื่องมือให้เหมาะสมกับงานวิจัยได้มากที่สุด งานในขั้นนี้ผู้วิจัยควรจะได้มีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือว่ามีความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้หรือไม่ ซึ่งเราเรียกลักษณะการทำงานอย่างนี้ว่า Pilot study คือทดลองใช้กับกลุ่มย่อย ๆ เพื่อหาข้อบกพร่องและฝึกการแก้ปัญหา และเป็นการประเมินงานวิจัยเบื้องต้นว่าจะมีคุณค่า คำนึงกับเวลา ค่าใช้จ่าย กำลังกายและกำลังสมองที่จะทำต่อไปหรือไม่

7.) การเก็บรวบรวมข้อมูล (Collecting data)

การนำเอาเครื่องมือไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริง ๆ ในการวิจัย ถ้าเป็นการวิจัยแบบทดลองก็เริ่มลงมือทดลองนั่นเอง

8.) การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล (Scrutinizing data and Analysis of data)

เป็นการเลือกสรรข้อมูล จัดประเภทข้อมูลหรือจัดหมวดหมู่ของข้อมูล เพื่อให้สะดวกต่อการที่จะนำไปวิเคราะห์ในขั้นที่จะนำไปตรวจสอบสมมติฐานทดลองจนพิจารณาเลือกใช้สถิติที่จะวิเคราะห์ให้เหมาะสมกับลักษณะของข้อมูล เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลแล้วก็คิดหาวิธีการนำเสนอค่าสถิติที่ได้ว่าควรจัดเสนอแบบใดจึงจะเหมาะสม และมีความหมายมากที่สุด เพื่อประโยชน์ในการเขียนรายงานการวิจัย

9.) ตีความผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาข้อสรุป (Interpretation of data)

ในทางปฏิบัติมีวิธีตีความหรือให้ความหมายข้อมูลอยู่ 2 วิธี ซึ่งทั้ง 2 วิธีนี้มีผู้นิยมใช้พอ ๆ กัน คือวิธีหนึ่งจะอธิบายเฉพาะผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเท่านั้น ไม่นำข้อคิดเห็นส่วนตัวหรือทฤษฎีหรือผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบข้อสรุป กล่าวคือให้ตัวเลขหรือผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลเท่านั้นเป็นสิ่งที่แสดงข้อเท็จจริง ผู้อ่านจะเป็นผู้วินิจฉัยเอง ส่วนอีกวิธีหนึ่งจะอธิบายผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยสอดแทรกความคิดเห็น ข้อเสนอแนะที่อ้างอิงมาจากทฤษฎีและผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบเข้ากับผลของการวิเคราะห์ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ โดยเชื่อว่าจะช่วยให้การตีความผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีน้ำหนักมากยิ่งขึ้น

10.) การเขียนรายงานการวิจัยและการจัดพิมพ์ (Research report and publishing)

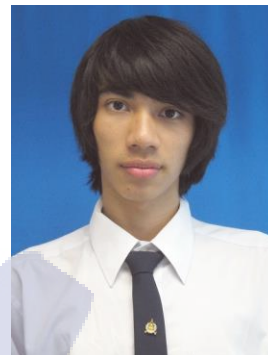
เป็นการรายงานข้อเท็จจริงที่ค้นพบเพื่อประโยชน์ต่อตนเองและผู้อื่น ผู้วิจัยจะต้องเขียนด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย ชัดเจน และรัดกุม แล้วตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้งหนึ่งก่อนที่จะจัดพิมพ์ต่อไป



ประวัติผู้จัดทำโครงการ

ชื่อ – สกุล

นายภกภัทร เกียรติเบญจกุล



วัน เดือน ปีเกิด

30 มีนาคม 2533

ประวัติการศึกษา

ระดับประถมศึกษา

ประถมศึกษาตอนปลาย พ.ศ. 2545

โรงเรียนอนุบาลเมืองกำแพงเพชร

ระดับมัธยมศึกษา

มัธยมศึกษาตอนปลาย พ.ศ. 2548

โรงเรียนกำแพงเพชรพิทยาคม

ระดับอุดมศึกษา

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาเทคโนโลยีมัลติมีเดีย พ.ศ. 2553

สถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น

ทุนการศึกษา

- ไม่มี -

ประวัติการฝึกอบรม

1. หลักสูตรระยะสั้นภาษาญี่ปุ่นเป็นเวลา 2 เดือน ที่เมือง Yamanashi Japan
2. หลักสูตรใช้เทคโนโลยีในปัจจุบัน ณ สถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น

ผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ - ไม่มี -

TNI