

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญ

หลังจากที่ผู้เขียนมีความสนใจและต้องการศึกษาในด้านการสร้างสรรค์โฆษณา ทำให้ผู้เขียนสังเกตว่า ทำไมครีเอทีฟสามารถคิดโฆษณาที่สร้างสรรค์ออกมาได้อย่างไร ผู้เขียนได้ค้นคว้าหาความรู้จากการศึกษาในชั้นเรียน การอ่านหนังสือที่เกี่ยวกับการสร้างสรรค์โฆษณา ติดตามผลงานโฆษณาที่ได้รับรางวัลอย่างต่อเนื่อง รวมถึงฝึกคิดสร้างสรรค์โฆษณาเพื่อเก็บไว้เป็นผลงานของตัวเอง แต่ผลงานที่ออกมามากมายยังไม่ดีเท่าที่ควร

เมื่อผู้เขียนฝึกงานในบริษัทโฆษณาซึ่งจุดนี้เองทำให้ผู้เขียนเข้าใจว่า แท้จริงแล้วการคิดสร้างสรรค์งานโฆษณาไม่จำเป็นจะต้องสนใจแต่ความรู้ทางด้านโฆษณาเพียงอย่างเดียว ควรศึกษาความรู้ให้รอบด้าน และต้องอาศัยเทคนิคในการคิดเพื่อให้ได้โฆษณาที่สร้างสรรค์ออกมา ซึ่งเป็นเทคนิคที่ไม่มีในตำรา แต่ต้องอาศัยประสบการณ์ในการคิดสร้างสรรค์จริงและนำความคิดที่ได้ไปผู้เชี่ยวชาญวิจารณ์เพื่อจะได้ความรู้และประสบการณ์ไปใช้ในการพัฒนาการคิดสร้างสรรค์งานโฆษณา ซึ่งความรู้และประสบการณ์ที่ได้จากการฝึกงานผู้เขียนนำมารวบรวมทั้งหมดไว้ในสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เพื่อให้เป็นประโยชน์ของผู้ที่สนใจจะได้นำความรู้ไปใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความหมาย ทฤษฎีและองค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์
2. เพื่อศึกษาเทคนิคที่ใช้เพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์
3. เพื่อศึกษาเทคนิคในการระดมสมองเพื่อนำมาใช้ในงานโฆษณา
4. เพื่อศึกษาขั้นตอนสร้างสรรค์โฆษณา การตรวจสอบความคิดสร้างสรรค์ในงานโฆษณา และการสร้างสรรค์โฆษณาภายใต้แนวคิดในเรื่องแบรนด์
5. เพื่อศึกษาอุปสรรคในความคิดสร้างสรรค์และการแก้ไขอุปสรรค

ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตในการศึกษา ผู้เขียนต้องการศึกษาในเรื่องของความคิดสร้างสรรค์ในงานโฆษณา ตั้งแต่นิยามของความคิดสร้างสรรค์ ขั้นตอนของการเกิดความคิดสร้างสรรค์ ความคิดเกิดขึ้นได้อย่างไร การนำเทคนิคในการคิดสร้างสรรค์เพื่อนำมาประยุกต์ในงานโฆษณา การตรวจสอบความคิดสร้างสรรค์ อุปสรรคที่เกิดในการคิดสร้างสรรค์และการแก้ไขอุปสรรคเหล่านั้นเพื่อให้ผู้อ่านได้มีความรู้ความเข้าใจ และนำวิธีการคิดสร้างสรรค์จากสารนิพนธ์นี้ไปสร้างสรรค์โฆษณาให้

มีประสิทธิภาพ รวมทั้งผู้อ่านได้นำความรู้ที่ได้ไปเผยแพร่ให้แก่ผู้ที่สนใจทำงานในฝ่ายสร้างสรรค์
โฆษณาต่อไป

วิธีการศึกษา และค้นคว้า

ผู้เขียนได้ทำการศึกษาโดยแบ่งออกเป็นขั้นตอนต่างๆดังนี้

1. รวบรวมข้อมูลจากตำราต่างๆทางวิชาการที่เขียน โดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง
สารนิพนธ์ของบัณฑิตรุ่นก่อน ซึ่งมีเนื้อหาบางตอนสอดคล้องกับหัวข้อสารนิพนธ์ฉบับนี้ เอกสาร
บทความต่างๆจากนิตยสาร ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับ ศึกษาและเก็บข้อมูลจากการเข้าฝึกงานที่ฝ่าย
วางแผนกลยุทธ์ในบริษัทโฆษณา ทำให้มีโอกาสได้ศึกษาข้อมูลต่างๆจากการสังเกต การได้ปฏิบัติ
จริง ตลอดจนคำปรึกษาแนะนำจากบุคคลที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงการ ได้ศึกษาจากเอกสารต่างๆ
2. วิเคราะห์ และรวบรวมเรียบเรียงข้อมูลที่ได้มาทั้งหมด
3. นำเสนอรายงาน ออกมาในรูปแบบสารนิพนธ์จำแนกเป็นบทต่างๆได้ 6 บท พร้อม
ภาคผนวกแสดงตัวอย่างผลงานที่น่าสนใจ

สถานที่ และ ระยะเวลาในการฝึกงาน

ได้รับความอนุเคราะห์ให้เข้าฝึกงานในบริษัท บีบีดีโอ กรุงเทพมหานคร จำกัด
ชั้น 18 อาคารอ้อจ้อเหลี่ยม ถนนพระรามที่ 4 กรุงเทพมหานคร 10120 ในแผนกสร้างสรรค์
โฆษณา (Creative) ตั้งแต่วันที่ 18 ตุลาคม ถึงวันที่ 17 ธันวาคม 2547 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 2 เดือน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้เรียนรู้วิธีการสร้างสรรค์งานโฆษณา
2. ได้เรียนรู้ที่จะแก้ปัญหาจากอุปสรรคต่างๆที่พบเจอในการสร้างสรรค์งานโฆษณา
3. ได้เรียนรู้และมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง ในเรื่องของบทบาทหน้าที่การทำงานของฝ่าย
วางแผนกลยุทธ์ในงานโฆษณาตลอดจนทักษะที่จำเป็นต่างๆในการทำงาน
4. จัดทำสารนิพนธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจเกี่ยวกับการทำงานโฆษณา โดยเฉพาะผู้ที่
สนใจในงานด้านสร้างสรรค์ในบริษัทโฆษณา เพื่อใช้ทำความเข้าใจและใช้ในการ
การศึกษาค้นคว้าต่อไปในอนาคต