TVC โฆษณาการทำนายดวงของ อ.ทศพร ศรีตุลา (หมอช้าง)

TVC Horoscopes Advertisement of Tossapon Sietura (Morchang)

นาย อาสภิสร์ แสงแก้ว

โครงงานสหกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีมัลติมีเดีย

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

สถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น

พ.ศ. 2556

TVC โฆษณาการทำนายดวงของ อ.ทศพร ศรีตุลา (หมอช้าง)

TVC Horoscopes Advertisement of Tossapon Sietura (Morchang)

นาย อาสภิสร์ แสงแก้ว

โครงงานสหกิจศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีมัลติมีเดีย
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
พ.ศ. 2556

คณะกรรมการสอบ

.....ประธานกรรมการสอบ
(อาจารย์ ชาญ จารุวงศ์รังสี)

.....กรรมการสอบ
(อาจารย์ ภัสมะ เจริญพงษ์)

.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(อาจารย์ ดร. ภาสกร อภิรักษ์วรพินิต)

.....ประธานสหกิจศึกษาสาขาวิชา
(อาจารย์ ภูวดล ศิริกองธรรม)

ลิขสิทธิ์ของสถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

ชื่อโครงงาน	TVC โฆษณาการทำนายดวงของ อ.ทศพร ศรีตุลา (หมอช้าง)
ผู้เขียน	นาย อาสภิสร์ แสงแก้ว
คณะวิชา	เทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาวิชาเทคโนโลยีมัลติมีเดีย
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. ภาสกร อภิรักษ์วรพินิต
พนักงานที่ปรึกษา	นาย เมธิน เจริญศรี
ชื่อบริษัท	บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)
ประเภทธุรกิจ / สินค้า	ทำธุรกิจเกี่ยวกับ ดนตรี , สื่อ , ภาพยนตร์ , ดิจิตอล , สถานีโทรทัศน์ ดาวเทียม , สถานีวิทยุ ,สื่อสิ่งพิมพ์ และ Event Management

บทสรุป

จากการที่ได้รับมอบหมายให้จัดทำ TVC โฆษณาการทำนายดวงของ อ.ทศพร ศรีตุลา (หมอช้าง) ขึ้นมานั้น ต้นฉบับยังไม่มีเทคนิคพิเศษและไม่สามารถทำให้อยู่ในสายตาของผู้ชมได้ ดังนั้นจึงได้มีการจัดทำใหม่และปรับรูปแบบใหม่ให้เข้ากับโฆษณา TVC ดวง เพื่อผลิตรูปลักษณ์ใหม่ที่มีลักษณะน่าสนใจมากขึ้นและทำให้อยู่ในสายตาของผู้ชมมากขึ้น

โฆษณาชิ้นใหม่นี้ผู้คนจะสนใจในโฆษณามากขึ้น จะเห็นจุดขายของการบริการดูดวงของหมอช้าง คนที่ได้ดูโฆษณาสามารถเข้าใจข้อความของโฆษณาและตัดสินใจที่จะเรียกใช้บริการของโฆษณาชิ้นนี้อย่างไม่ลังแล

Project's name	TVC Horoscopes Advertisement of Tossapon Sietura (Morchang)
Writer	Mr. Artsapit Saengkaew
Faculty	Information Technology **Major** Multimedia Technology
Faculty Advisor	Mr. Paskorn Apirukvorapinit
Job Supervisor	Mr. Matin Jarensi
Company's name	Gmm Grammy Public Company Limited
Business Type/ Product	Business about music, media, film, digital, television. Satellite, Radio, Media and Event Management.

Summary

The student was given a task to create the TVC Horoscopes Advertisement of Tossapon Sietura (Morchang). The original manuscript did not attract viewers with no special effects and cannot catch the viewers' eyes. Thus, the student had to create and adapt a new form of TVC Horoscopes Advertisement in order to produce a new appearance that looks more fascinating and appealing.

The new advertisement should interest more people to see a selling point of Morchang's horoscope service. People who have watched the advertisement can understand its message, and decide to call for his service with no hesitation.

กิตติกรรมประกาศ

ในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาที่บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) เป็นระยะเวลาทั้งสิ้น 4 เดือนนั้น ได้รับความกรุณาและการดูแลจากบุคคลหลายๆท่าน, ได้รับเรียนรู้การทำงานจริง , และได้รับความรู้ต่างๆมากมาย ทำให้การปฏิบัติงานครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบคุณ คุณเมธิน เจริญศรี ,คุณภูมิ ขันสังข์ และคุณปิยะ สุทธิ์วนิช พนักงานที่ปรึกษา ซึ่งให้การดูแลและให้คำปรึกษาต่างๆในการทำงาน รวมถึงตอบข้อสงสัยต่างๆอย่างกระจ่าง พร้อมทั้งแนะนำเทคนิคในการทำงาน ซึ่งสามารถนำไปใช้ได้จริง รวมไปถึงพนักงานท่านอื่นๆ ที่ให้การดูแลและตอบข้อสงสัย รวมถึงเป็นที่ปรึกษาและคอยให้ข้อมูลในด้านต่างๆในการทำงาน ทำให้การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาตลอด 4 เดือนที่ผ่านมาเป็นความทรงจำที่น่าประทับใจ ขอขอบพระคุณทุกท่านไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

นาย อาสภิสร์ แสงแก้ว

\

สารบัญ

หน้า

บทสรุป ก

Summary ข

กิตติกรรมประกาศ ค

สารบัญ ง

สารบัญตาราง ซ

สารบัญภาพประกอบ ฌ

บทที่

1. บทนำ 1

1.1 ชื่อและสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ 1

1.2 ลักษณะธุรกิจของสถานประกอบการ หรือการให้บริการหลักขององค์กร 1

1.3 รูปแบบการจัดองค์กรและบริหารองค์กร 2

1.4 ตำแหน่งและหน้าที่งานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย 2

1.5 พนักงานที่ปรึกษาและตำแหน่งงานที่ปรึกษา 2

1.6 ระยะเวลาปฏิบัติงาน 2

1.7 ที่มาและความสำคัญของปัญหา 3

1.8 วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของโครงงาน 3

1.9 ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการปฏิบัติงานหรือโครงงานที่ได้รับมอบหมาย 3

1.10 นิยามศัพท์เฉพาะ 4

2. ทฤษฎีเทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน 6

2.1 เครื่องมือที่ใช้ทำงาน 6

2.2 หลักการโฆษณา 7

2.2.1 ความหมายของโฆษณา 7

2.2.2 วัตถุประสงค์ของงานโฆษณา 8

2.2.3 หน้าที่ของการโฆษณา 9

สารบัญ (ต่อ)

2.2.4 กลยุทธ์ในการสร้างสรรค์งานโฆษณา 9
2.2.5 การวิเคราะห์ลักษณะของผู้รับข่าวสาร 10
2.2.6 การกำหนดวัตถุประสงค์ในการโฆษณา 10
2.2.7 แนวความคิดในการโฆษณา 10
2.2.8 การจูงใจการโฆษณา 11
2.2.9 หลักการสร้างสรรค์งานโฆษณา 12
2.3 โปรแกรมที่ใช้ 14
2.3.1 Adobe Photoshop 14
2.3.2 Adobe Illustrator 14
2.3.3 Adobe Premiere 15
2.3.4 Adobe Media Encoder 15
2.3.5 Adobe After Effect 16

3. แผนงานการปฏิบัติงานและขั้นตอนการดำเนินงาน 22
3.1 แผนงานปฏิบัติ 23
3.2 รายละเอียด โครงงาน 23
3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 23
3.2.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในโครงงาน 23
3.2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล 28
3.3 ขั้นตอนการดำเนินงานที่นักศึกษาปฏิบัติงานหรือโครงงาน 32
3.3.1 งานที่ปฏิบัติในช่วงเวลาสหกิจ 32
3.3.1.1 งานปั้นโมเดล 3 มิติ 32
3.3.1.2 งานออกแบบโลโก้ 32
3.3.1.3 งานออกแบบโปสเตอร์ 33
3.3.1.4 งานตัดต่อวีดีโอและทำเอฟเฟค 34
3.3.1.5 งานรีทัชภาพ 36
3.3.1.6 งานออกแบบ Banner และ รีไซต์ Banner 39
3.3.1.7 งานตกแต่งและจัดวางรูปภาพลงเว็บ Shopping8000 43

สารบัญ (ต่อ)

3.3.1.8 ภาพการร่วมกิจกรรมต่างๆของบริษัท 45

3.3.2 TVC โฆษณาการทำนายดวงของ อ.ทศพร ศรีตุลา (หมอช้าง) 47

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล 48

4. ผลการดำเนินงาน การวิเคราะห์และสรุปผลต่างๆ 38

4.1 ขั้นตอนและผลการดำเนินงาน 38

4.1.1 การหารูปแบบแนวคิดการเคลื่อนไหวและเอฟเฟคต่างๆ 38

4.1.2 การวาง Storyboard 49

4.1.3 เตรียมข้อความที่ต้องใช้ในแต่ละฉาก 51

4.1.4 การเตรียมภาพทั้งหมดที่ใช้ประกอบ TVC 52

4.1.5 การนำไฟล์วีดีโอมารวมกับเสียง 53

4.1.6 การทำ Animation และใส่ เอฟเฟค 53

4.1.7 การ Render 54

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 55

4.2.1 วิเคราะห์ด้านการดำเรื่อง 55

4.2.2 วิเคราะห์ด้านภาพและการเคลื่อนไหว 55

4.2.3 วิเคราะห์ด้านเสียง 55

4.3 วิจารณ์ข้อมูลโดยเปรียบเทียบผลที่ได้รับกับวัตถุประสงค์และจุดมุ่งหมายการปฏิบัติงาน หรือการจัดทำโครงงาน 55

4.3.1 สามารถสื่อถึงเหตุการณ์ในแต่ละราศีได้เป็นอย่างดี 55

4.3.2 สามารถทำให้คนที่มาดูจดจำเบอร์ที่สามารถติดต่อได้ 56

4.3.3 เข้าใจถึงกระบวนการทำงานโฆษณาตามขั้นตอน 56

4.3.4 มีความคิดในการออกแบบงานกราฟิกและการออกแบบโฆษณาที่หลากหลาย 56

4.3.5 สามารถมองหาและเลือกจุดเด่นของงานแต่ละชิ้นได้ 56

4.3.6 มีการพัฒนาการใช้โปรแกรมในการทำงานที่ดีขึ้น 56

4.3.6 มีการพัฒนาการใช้โปรแกรมในการทำงานที่ดีขึ้น 56

สารบัญ (ต่อ)

5. บทสรุปและข้อเสนอแนะ 57

5.1 สรุปผลการดำเนินงาน 57

5.2 แนวทางการแก้ไขปัญหา 57

5.3 ข้อเสนอแนะจากการดำเนินงาน 57

เอกสารอ้างอิง 58

ภาคผนวก 60

ก.การใช้งาน Adobe After Effects เบื้องต้น 61

ประวัติผู้จัดทำโครงงาน 90

สารบัญตาราง

ตารางที่ **หน้า**

3.1 แผนปฏิบัติงานสหกิจศึกษา 22

สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY TNI

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่ **หน้า**

1.1 ภาพแสดงแผนที่บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) 1
1.2 แผนผังการบริหารองค์กรของบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) 2
2.1 ภาพ SAMSUNG (R478) 6
2.2 Adobe Photoshop 14
2.3 Adobe Illustrator 14
2.4 Adobe Premiere 15
2.5 Adobe Media Encoder 15
2.6 Adobe After Effect 16
2.7 ภาพตัวอย่างงานที่ทำด้วยโปรแกรม After Effects 19
2.8 ภาพตัวอย่างงานที่ทำด้วยโปรแกรม After Effects 19
2.9 ภาพตัวอย่างงานที่ทำด้วยโปรแกรม After Effects 20
2.10 ภาพตัวอย่างงานที่ทำด้วยโปรแกรม After Effects 21
3.1 ขั้นตอนการลงโปรแกรม Adobe Master Collection CS6 23
3.2 ขั้นตอนการลงโปรแกรม Adobe Master Collection CS6 24
3.3 ขั้นตอนการลงโปรแกรม Adobe Master Collection CS6 24
3.4 ขั้นตอนการลงโปรแกรม Adobe Master Collection CS6 25
3.5 ขั้นตอนการลง After Effects Plugins Optical flares 25
3.6 ขั้นตอนการลง After Effects Plugins Optical flares 26
3.7 ขั้นตอนการลง After Effects Plugins Optical flares 26
3.8 ขั้นตอนการลง After Effects Plugins Optical flares 27
3.9 ขั้นตอนการลง After Effects Plugins Optical flares 27
3.10 ตัวอย่างเทคนิคการเคลื่อนไหวของตัวอักษร 28
3.11 ตัวอย่างเทคนิคการเคลื่อนไหวของตัวอักษร 28
3.12 ตัวอย่างเทคนิคการเคลื่อนไหวของตัวอักษร 29
3.13 ตัวอย่างเทคนิคการสร้างดาวและการเคลื่อนไหวของดาว 29
3.14 ตัวอย่างเทคนิคการสร้างดาวและการเคลื่อนไหวของดาว 30

สารบัญภาพประกอบ (ต่อ)

3.15	ตัวอย่างเทคนิคการใช้เอฟเฟค Optical flares	30
3.16	ตัวอย่างเทคนิคการใช้เอฟเฟค Optical flares	31
3.17	ตัวอย่างเทคนิคการใช้เอฟเฟค Optical flares	31
3.18	ปั่น Model Hall Impact arena	32
3.19	ออกแบบโลโก้ *1231 มิวสิคฮอตไลน์	32
3.20	ออกแบบโลโก้ DGen	33
3.21	โปสเตอร์ Gift voucher โรงแรมเรือนลักขนา	33
3.10	โปสเตอร์ Gift voucher ร้าน เค้ก Lamoon	34
3.11	ตัดต่อและทำเอฟเฟค TVC งาน The Star Super Bowl Party	35
3.12	ตัดไฟล์ฟุทเทจ และทำการลบโลโก้พื้นหลัง	35
3.13	ตัดไฟล์ฟุทเทจ ศิลปินต่างๆ	36
3.14	ไดร์คัท ศิลปินลูกทุ่ง	36
3.15	ไดร์คัท และแปะป้าย “แฮปปี้ มันส์ ฮา พาทัวร์”	37
3.18	รีทัช ภาพ Deal ลงเว็บ Shopping8000	38
3.19	ทำ Banner ละคร “สุภาพบุรษจุฑาเทพ”	39
3.20	ทำ Banner AIS Music Store	39
3.21	ทำ Banner AIS Music Store ประจำเดือน กรกฎาคม	40
3.10	ทำ Banner AIS Music Store “เพลง มีไหมใครสักคน”	40
3.11	ทำ Banner AIS Music Store “เพลง เมียไม่มี”	41
3.12	ทำ Banner AIS Music Store “เพลง คุณและคุณเท่านั้น”	41
3.13	ทำ Banner “แกรมมี่ ฮอตสุดโค่ย”	41
3.14	ทำ Banner AIS Music Store “เพลง ดีพอให้รอไหม”	42
3.15	ทำ Banner AIS Music Store “เพลง ดาวเกี้ยวเดือน”	42
3.14	ภาพตัวอย่าง งานทำรูป Deal ลงเว็บ Shopping8000	43
3.15	ภาพตัวอย่าง งานทำรูป Deal ลงเว็บ Shopping8000	44
3.18	ภาพตัวอย่าง งานทำรูป Deal ลงเว็บ Shopping8000	45
3.19	ช่วยงานประกาศผล เพลง Top download ครั้งที่ 1	46
3.20	STAFF งาน “The Star9 Super Bowl Party”	46

สารบัญภาพประกอบ (ต่อ)

3.21 Screenshot TVC โฆษณาการทำนายดวงของ อ.ทศพร ศรีตุลา (หมอช้าง) 48

3.10 Screenshot TVC โฆษณาการทำนายดวงของ อ.ทศพร ศรีตุลา (หมอช้าง) 48

3.11 Screenshot TVC โฆษณาการทำนายดวงของ อ.ทศพร ศรีตุลา (หมอช้าง) 48

4.1 Storyboard เปิดของตัว TVC 50

4.2 Storyboard ปิดของตัว TVC 50

4.3 Storyboard ตัว TVC 51

4.4 ภาพที่ใช้ในการประกอบทำ TVC 52

4.5 ภาพที่ใช้ในการประกอบทำ TVC 52

4.6 การใส่เสียงโปรแกรม Adobe After Effect 53

4.7 การนำแต่ละฉากที่แบ่งไว้มาเรียงลำดับตามโครงเรื่อง 53

4.8 การสร้าง Animation ภาพและข้อความ ด้วยโปรแกรม Adobe After Effects 54

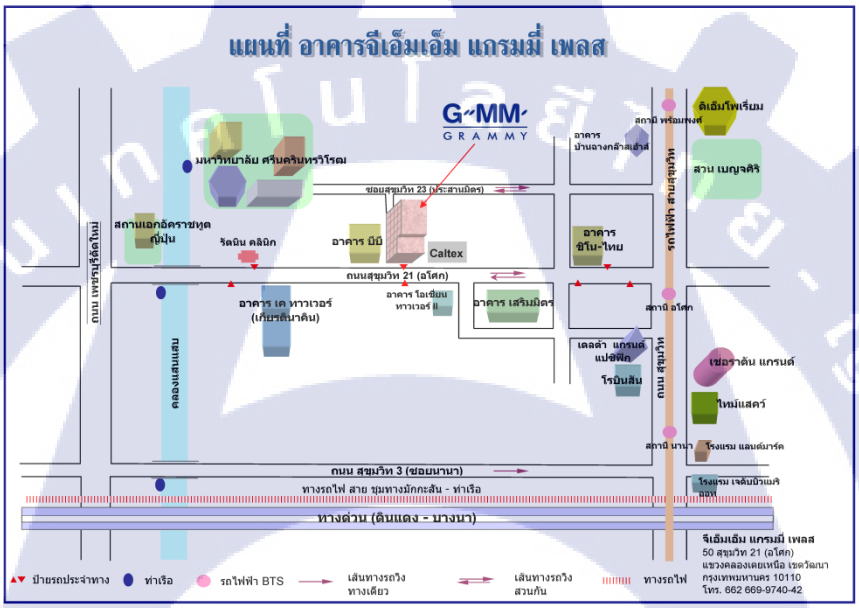
4.9 การตั้งค่า Output File ที่ต้องการ Render (Adobe After Effects) 54

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) เลขที่ 50 อาคารจีเอ็มเอ็มแกรมมี่เพลส ถนนสุขุมวิท 21 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110

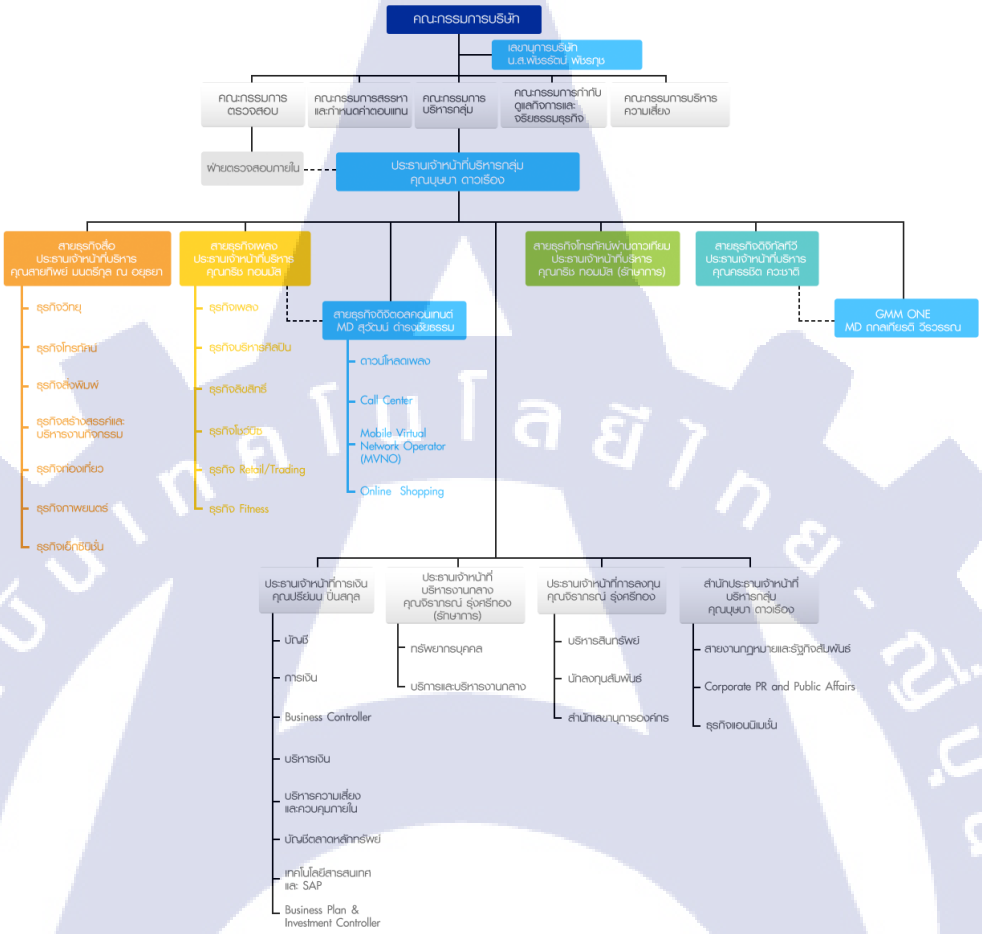


ภาพที่ 1.1 ภาพแสดงแผนที่บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)

1.2 ลักษณะธุรกิจของสถานประกอบการ หรือการให้บริการหลักขององค์การ

ทำธุรกิจเกี่ยวกับ ดนตรี , สื่อ , ภาพยนตร์ , ดิจิตอล , สถานีโทรทัศน์ดาวเทียม , สถานีวิทยุ , สื่อสิ่งพิมพ์ และ Event Management เป็นบริษัทบันเทิงครบวงจรที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย

1.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารองค์กร



ภาพที่ 1.2 แผนผังการบริหารองค์กรของบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)

1.4 ตำแหน่งและหน้าที่ที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

ผู้ช่วย ARTDIRECTER ทำหน้าที่คอยออกแบบ งาน Banner ,งาน Poster ,งานตัดต่อ TVC ตามที่ได้มีการมอบหมายงานมาให้ทางแผนก ทั้งงานที่ลงเว็บไซต์ ภาพที่นำไปใช้กับ Android , IOS และงาน VDO ลงเว็บไซต์หรือฉายทางโทรทัศน์

1.5 พนักงานที่ปรึกษา และ ตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา

นายเมธิน เจริญศรี ตำแหน่ง ARTDIRECTER เบอร์โทร 085-555-2258

อีเมล์ Matin@gmmdigital.com

1.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

เริ่มสหกิจตั้งแต่วันที่ 3 มิถุนายน 2556 สิ้นสุดสหกิจ วันที่ 4 ตุลาคม 2556

1.7 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

โครงงานตัดต่อโฆษณาชิ้นนี้ได้รับการมอบหมายจากทางหัวหน้าแผนก ให้จัดทำงาน TVC โฆษณาการทำนายดวงของ อ.ทศพร ศรีตุลา (หมอช้าง) โดยที่งานวีดีโอที่ให้มาเป็นไฟล์วีดีโอดิบไม่เกิดความน่าสนใจ ทำให้ตัวโฆษณาดูไม่ดึงดูดให้ผู้ชมสนใจในตัวโฆษณาดูดวง จึงได้ให้จัดทำออกแบบตัว เปิด และ ตัวปิด ของโฆษณาชิ้นนี้ เพื่อทำให้ผลงานดูมีความน่าสนใจมากขึ้น

เนื่องด้วยได้มีการคิดและออกแบบตัวเปิดและตัวปิดของโฆษณาขึ้น จึงได้มีการนำเอาการทำงานด้านกราฟิกและการทำเอฟเฟคเข้ามาช่วยในการทำงานโฆษณาชิ้นนี้ ซึ่งงานด้านกราฟิกและการทำเอฟเฟคนั้นจะเป็นตัวช่วยดึงดูดความสนใจ และทำให้งานเกิดจุดเด่น และจุดน่าสนใจในงาน และช่วยทำให้คนดูเข้าถึงประเด็นและจุดมุ่งหมายของผลงานชิ้นนี้ได้ง่ายขึ้น เมื่อคนดูสามารถจดจำผลงานได้งานโฆษณาก็จะมีความน่าสนใจมากกว่าการนำเอาวีดีโอมาฉายแบบไฟล์ธรรมดา

1.8 วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของโครงงาน

1.8.1 เพื่อที่จะทำงานที่ได้รับมอบหมายจนสำเร็จ

1.8.2 เพื่อให้ทราบกระบวนการผลิตโฆษณาตั้งแต่ต้นตนเสร็จสิ้นงาน

1.8.3 เพื่อฝึกทักษะกระบวนการคิดและสร้างสรรค์งานโฆษณาและงานกราฟิกต่างๆ

1.8.4 เพื่อฝึกทักษะการใช้โปรแกรมกราฟิกต่างๆ ที่ใช้ในงานตัดต่อและออกแบบ และเลือกใช้โปรแกรมได้เหมาะสมกับประเภทของงาน

1.8.5 เพื่อให้รู้ถึงองค์ประกอบสำคัญในงานด้านกราฟิกและงานวีดีโอว่าอันไหนเป็นจุดที่ควรทำให้เป็นจุดที่น่าสนใจของตัวงาน

1.8.6 เพื่อสร้างสรรค์ผลงานให้ตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมาย และสร้างสรรค์ผลงานให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น

1.9 ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการปฏิบัติงานหรือโครงงานที่ได้รับมอบหมาย

1.9.1 ทราบกระบวนการผลิตโฆษณาตั้งแต่ต้นจนเสร็จสิ้นงาน

1.9.2 ได้สัมผัสและเรียนเรียนรู้สังคมการทำงานจริงในองค์กร และสามารถปรับตัวให้เข้ากับบุคคลากรในองค์กรได้

1.9.3 มีแนวคิดเป็นมืออาชีพมากขึ้น เนื่องจากเข้าใจการทำงานจริง ของสายงานด้านนี้

1.9.4 มีกระบวนการคิดและสร้างสรรค์งานโฆษณาและงานกราฟิกต่างๆ อย่างเป็นระบบและมีความคิดที่แปลกใหม่ รวมทั้งมุมมองที่กว้างขึ้นในการสร้างสรรค์งานต่างๆ

1.9.5 สามารถใช้โปรแกรมกราฟิกต่างๆ ที่ใช้ในการออกแบบได้ดีขึ้น และเลือกใช้โปรแกรมให้เหมาะกับประเภทงานที่จะทำได้

1.9.6 ช่วยทำให้เกิดแนวคิดใหม่ในการออกแบบชิ้นงาน

1.9.7 ได้รู้องค์ประกอบของงานว่าจุดไหนคิดจุดสำคัญของงาน จุดไหนคือจุดน่าสนใจของงานที่ควรจะให้ความสำคัญ

1.9.8 ช่วยให้สนใจรายละเอียดๆเล็กๆน้อยๆในงาน เพื่อให้ได้งานออกมาเป็นระเบียบเรียบร้อยมากที่สุด

1.9.9 ได้ฝึกฝนการทำงาน และการออกแบบให้เกิดความคิดใหม่ๆ ทั้งการออกแบบงาน และการจัดวาง Layout ของงาน

1.9.10 ได้ฝึกประสบการณ์การทำงาน ได้เจอกับงานที่ต้องทำจริงและแก้ไขออกมาตามความต้องการของผู้ที่มอบมาย

1.9.11 ได้รู้จักการทำงานเป็นทีม การแบ่งงาน และคำศัทพ์เฉพาะในการทำงาน

1.9.12 ได้พัฒนานิสัยให้เป็นคนที่ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

1.10 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.10.1 TVC

TVC ย่อมาจาก *Television Commercial* ขอเสริม คือ Television ComMercial มีความหมายว่า โทรทัศน์เพื่อการติดต่อ คบค้า ค้าขาย และ ในทางการค้า หรือ คืองานโฆษณาชิ้นหนึ่งที่ออกทางโทรทัศน์หรือทางอินเตอร์เน็ตนั้นเอง

1.10.2 Banner

เว็บแบนเนอร์ (อังกฤษ: web banner) เรียกโดยย่อว่า *แบนเนอร์* คือรูปแบบหนึ่งของการโฆษณาบนเวิลด์ไวด์เว็บ เป็นการวางภาพโฆษณาลงไปบนหน้าเว็บแล้วทำไฮเปอร์ลิงก์กลับไปยังเว็บที่โฆษณา ด้วยจุดประสงค์เพื่อดึงดูดผู้เข้าชมให้เข้าไปยังเว็บไซต์ที่โฆษณานั้นผ่านการคลิก เว็บแบนเนอร์สร้างขึ้นจากไฟล์รูปภาพทั่วไปเช่น GIF JPEG PNG หรือใช้จาวาสคริปต์เชื่อมโยงเทคโนโลยีมัลติมีเดียอย่างอื่นเช่น แฟลช ช็อกเวฟ จาวา หรือซิลเวอร์ไลต์ เป็นต้น และอาจมีการใช้ภาพเคลื่อนไหว เสียง หรือวิดีโอมาผสมผสานเพื่อนำเสนอให้

โดดเด่นมากที่สุด ปกติแล้วภาพในเว็บแบนเนอร์จะมีอัตราส่วนขนาดกว้างยาวที่สูง (ซึ่งจะทำให้แบนเนอร์มีขนาดกว้างแต่แบน หรือสูงแต่แคบ) ในลักษณะเดียวกับ
ป้ายโฆษณา (เรียกว่าแบนเนอร์เหมือนกัน) ซึ่งภาพเหล่านี้จะถูกจัดวางลงในหน้าเว็บที่มีเนื้อหาน่าสนใจ อย่างเช่นบทความจากหนังสือพิมพ์หรืองานเขียนวิพากษ์วิจารณ์

1.10.3 Layout

การออกแบบหน้ากระดาษหรือหน้าของงานที่จะต้องทำ โดยกำหนดจัดเรียงข้อความและภาพประกอบในในตัวงานให้แลดูสวยงาม

สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY TNI

บทที่ 2
ทฤษฎีเทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

2.1 เครื่องมือที่ใช้ทำงาน

2.1.1 Notebook SAMSUNG (R478)

SAMSUNG (R478) คือคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่มีความแรงในระดับหนึ่งของการใช้งาน ด้วยระบบประมวลผล Intel Core i5-430M 2.26GHz , NVidia GeForce GT 330M 1GB ที่มีพลังการแสดงผลในระดับที่ดีพอสมควร อีกทั้ง RAM 4 GB ที่ช่วยให้ทำงานได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น สเปคทั้งหมดที่กล่าวมานี้ ก็พอสำหรับการทำงาน กราฟิกและตัดต่อได้ดีเลยทีเดียว

ภาพที่ 2.1 ภาพ SAMSUNG (R478)

2.2 หลักการโฆษณา

2.2.1 ความหมายของโฆษณา

ความหมายของ "โฆษณา" มีการให้คำนิยามที่แตกต่างกันไป ซึ่งสามารถรวบรัดได้ดังต่อไปนี้

"โฆษณา" หมายถึง รูปแบบการใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร โดยไม่ใช้บุคคลเกี่ยวกับองค์การผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิดโดยผู้อุปถัมภ์ ที่ระบุชื่อ ความหมายนี้ยังเป็นความหมายของสมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา (The American Marketing Association หรือ AMA) ได้บัญญัติไว้ จะเห็นว่าลักษณะของการโฆษณามีดังต่อไปนี้

A.R. Oxenfeldt and C. Swan กล่าวว่า "การโฆษณาเป็นการสื่อสารโน้มน้าวใจจากผู้ขายไปยังผู้ซื้อ โดยมิ ได้เป็นไปในรูปส่วนตัว"

Maurice I. Mandell ให้คำจำกัดความว่า "การโฆษณา หมายถึง รูปแบบการส่งเสริมการขายผ่านสื่อโฆษณา ที่มิใช่บุคคล และต้องชำระ เงินโฆษณาโดยผู้อุปถัมภ์ ซึ่งการโฆษณานี้มีความหมายแตกต่างไปจากการส่งเสริม การขายรูปแบบอื่น ๆ เช่น การขายโดยพนักงาน และการ ส่งเสริมการจำหน่าย เป็นต้น"

S.W. William Pattis กล่าวว่า "การโฆษณา หมายถึง การสื่อสารในรูปแบบใด ๆ ซึ่งเจตนาที่จะกระตุ้นผู้ที่มี ศักยภาพในการซื้อและการ ส่งเสริมในด้านการจำหน่ายสินค้าและบริการ รวมถึงการสร้างประชามติ การกระทำการ เพื่อก่อให้เกิดการสนับสนุนทางการเมือง การขาย ความคิดหรือการเสนอความคิดเห็น หรือสาเหตุต่างๆ และการ กระทำ เพื่อให้ประชาชนเห็นคล้อยตาม หรือปฏิบัติไปในทางที่ผู้โฆษณาประสงค์"

ดร.เสรี วงษ์มณฑา ได้ให้ความหมายไว้ว่า การโฆษณา คือ กิจกรรมสื่อสารมวลชนที่เกิดขึ้น เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภค มีพฤติกรรมอันเอื้อ อำนวยต่อความเจริญของธุรกิจ การขายสินค้าหรือบริการ โดยอาศัยจากเหตุผล ซึ่งมีทั้งกลยุทธ์ จริงและเหตุผลสมมติ ผ่านทางสื่อโฆษณาที่ต้อง รักษาเวลาและเนื้อที่ ที่มีการระบุบอกผู้โฆษณาอย่างชัดแจ้ง

พอจะสรุปรวมเป็นความหมายของการโฆษณาได้ว่า การโฆษณา หมายถึง การเสนอ ข่าวสารการขาย หรือ แจ้งข่าวสารให้บุคคลที่เป็นกลุ่มเป้าหมายทราบเกี่ยวกับสินค้า บริการ หรือแนวความคิด โดยเจ้าของสินค้า หรือผู้อุปถัมภ์ที่เปิดเผยตัวเองอย่างชัดแจ้ง มีการจ่ายเงินเป็นค่าใช้สื่อ และเป็นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ไม่ได้ใช้บุคคลเข้าไปติดต่อ โดยตรง [1]

2.2.2 วัตถุประสงค์ของงานโฆษณา

1) เพื่อแนะนำให้รู้จักสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ แก่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย
2) เพื่อเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ เช่น ประเภท ประโยชน์ คุณสมบัติโดดเด่น ความสำคัญ ของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ต่อการดำรงชีวิตของผู้บริโภค เป็นต้น
3) เพื่อสร้างจุดเด่นให้เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของสินค้าหรือบริการ จนผู้บริโภคจำชื่อจำตราของสินค้าหรือบริการนั้นได้ดี
4) เพื่อสร้างแรงจูงใจ เร้าใจหรือดึงดูดใจ กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในสินค้าหรือบริการ ซึ่งนำไปสู่ความต้องการในการซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ
5) เพื่อส่งเสริมการใช้สินค้าหรือบริการให้มากขึ้น เป็นการแข่งขันในการจำหน่ายสินค้า หรือบริการกับคู่แข่งที่จำหน่ายสินค้า หรือบริการประเภทเดียวกัน เป็นการเอาชนะคู่แข่งขันในการจำหน่าย เพิ่มยอดขายหรือเพิ่มการครองตลาด การขยายตลาดสินค้าหรือบริการนั้นให้กว้างยิ่งขึ้น
6) เพื่อเป็นการทบทวนความจำ เน้นย้ำให้สินค้าหรือบริการนั้นอยู่ในความทรงจำ ของผู้บริโภคตลอดไป
7) เพื่อสร้างตำแหน่งสินค้าหรือบริการขึ้นในความนึกคิดของผู้บริโภค
8) เพื่อสร้างภาพลักษณ์และเจตคติในทางที่ดีให้กับบริษัทผู้ผลิตสินค้าหรือบริการนั้น
9) เพื่อสร้างศรัทธาความเชื่อถือในสินค้าหรือบริการให้เป็นที่ยอมรับ อันจะส่งผลถึง การจำหน่ายสินค้า ตัวใหม่หรือบริการใหม่ ๆ ของผู้ผลิตเดียวกัน [2]

2.2.3 หน้าที่ของการโฆษณา

1) **เพื่อกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ (Creating Awareness)** ต้องการให้ผู้บริโภครับรู้ว่าขณะนี้สินค้าของเรามีวางจำหน่ายแล้วในตลาด
2) **เพื่อสร้างสรรค์ภาพพจน์ที่ดี (Creating a Favorable Image)** สินค้าในตลาดมีมากมายหลายยี่ห้อ ผู้โฆษณาจึงใช้ความพยายามที่จะสร้างสรรค์งานโฆษณาให้มีความแปลกใหม่และของผู้บริโภคมากกว่ายี่ห้อใดๆ ในสินค้าประเภทเดียวกัน เพื่อให้ผู้บริโภคมีภาพลักษณ์ที่ดี พึงพอใจในคุณสมบัติ และบุคลิกของสินค้า
3) **เพื่อชักจูงใจกลุ่มเป้าหมาย** หน้าที่ของโฆษณาจะต้องหาจุดเด่น หรือจุดขายของสินค้าและพยายามให้เขายอมรับว่าจุดดีเด่นนั้นเป็นสิ่งสำคัญ และจำเป็นต่อการบริโภค
4) **เพื่อกระตุ้นแหล่งที่จะนำสินค้าไปจำหน่าย (Outlets)** เช่น ร้านค้าขายปลีก ร้านค้าส่ง เป็นหน่วยงานย่อยลงมาที่จะทำให้สินค้าไปสู่มือผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว ถ้าหากแหล่งขายปฏิเสธการรับสินค้าไปจำหน่ายก็เท่ากับเป็นการปิดตลาดสำหรับสินค้านั้นๆ
5) **เป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้า** สินค้าที่ทำงานโฆษณาดี จะทำให้เกิดภาพพจน์ที่ดีแก่สินค้าด้วย ผู้บริโภคจะมีความเข้าใจในคุณภาพ ตัดสินใจซื้อด้วยความภูมิใจในตรายี่ห้อของสินค้านั้นๆ
6) **เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่บริษัทผู้ผลิต** การโฆษณานั้นสามารถทำได้ทั้งโฆษณาสินค้าและโฆษณาเพื่อสังคมซึ่งเป็นการโฆษณาเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่บริษัท โดยการโฆษณาแสดงความรู้สึกรับผิดชอบต่อสังคม ความห่วงใยเอื้ออาทรต่อสังคมที่บริษัทมีต่อประเทศชาติ ประชาชน เช่น การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การช่วยกันรักษากฎจราจร
7) **ให้ความเพลิดเพลินสนุกสนาน** เพราะชีวิตความเป็นอยู่ในสังคมปัจจุบันเคร่งเครียด ต้องรับร้อนแข่งขันกันตลอดทั้งวัน เมื่อกลับถึงบ้านถ้าพบการโฆษณาที่ให้ความสนุกสนานชวนให้เกิดอารมณ์ขันจะทำให้เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลินคลายเครียดได้

2.2.4 กลยุทธ์ในการสร้างสรรค์งานโฆษณา

กลยุทธ์ในการสร้างสรรค์งานโฆษณา (Creative Strategy) เป็นขั้นตอนในการสร้างงานโฆษณาที่มีคุณภาพ สามารถสร้างความแปลกใหม่ โดยใช้ความรู้ เหตุผล จินตนาการสร้างเอกลักษณ์และแนวความคิดที่เหมาะสม สร้างความรู้สึกต่อเนื่องและแสดงให้เห็นความแตกต่างระหว่างความคิดหรือสิ่งของ ประเด็นสำคัญในการสร้างสรรค์งานโฆษณามีดังนี้

2.2.5 การวิเคราะห์ลักษณะของผู้รับข่าวสาร

การวิเคราะห์ลักษณะของผู้รับข่าวสาร (Audience Characteristics) ซึ่งอาจเป็นผู้ฟัง ผู้อ่าน หรือผู้ชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในการโฆษณา เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) ผลิตภัณฑ์ (Product) และคู่แข่งขัน (Competitor)

2.2.6 การกำหนดวัตถุประสงค์ในการโฆษณา

วัตถุประสงค์ของการสร้างสรรค์งานโฆษณา (Creative Objective) สามารถกำหนดโดยถือเกณฑ์ 3 ด้านคือ [3]

1) วัตถุประสงค์ด้านการตลาด (Marketing Objective) โดยมุ่งที่จะกระตุ้นยอดขายจากผู้บริโภค พ่อค้าปลีก ตัวแทนจำหน่ายหรือพนักงานขาย
2) วัตถุประสงค์ด้านพฤติกรรม (Action Objective) เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการตอบสนองเช่น การทดลองใช้ การตัดสินใจซื้อหรือการซื้อในปริมาณที่มากขึ้น
3) วัตถุประสงค์ทางด้านจิตวิทยาและภาพพจน์ (Psychological and Image Objective) เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจ เกิดความรู้สึกที่ดีหรือเกิดความภาคภูมิใจเมื่อใช้สินค้า

2.2.7 แนวความคิดในการโฆษณา

การหาแนวความคิดหลักในการโฆษณา (Advertising Concept) เป็นสิ่งสำคัญที่สุด เพื่อดึงความสนใจ สร้างปฏิกิริยาและทำให้สินค้ามีความแตกต่างจากคู่แข่งขันได้แก่

1) จุดขายที่เป็นเอกลักษณ์ (Unique Selling Promotion) หรือ USP ในการค้นหาจุดขายที่เป็นเอกลักษณ์ โดยการค้นหาคุณสมบัติ ผลประโยชน์และจุดเด่นของสินค้าหรือบริการนั้นเพื่อชี้ให้เห็นว่ามีความเหนือกว่าคู่แข่งขันอย่างไร เช่น ความปลอดภัย ความคงทน ความสะดวก ความประหยัด
2) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) หมายถึงการกำหนดตำแหน่งของสินค้าหรือบริการที่มีคุณค่าต่อจิตใจของผู้บริโภคและเป็นคุณสมบัติที่ผู้บริโภคยอมรับได้

รวมทั้งยังมีลักษณะที่แตกต่างจากคู่แข่งขันด้วยการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์อาจกำหนดได้จากราคากลุ่มเป้าหมาย ส่วนผสมผลประโยชน์ หรือลำดับชั้นของผลิตภัณฑ์

3) การสร้างบุคลิกภาพในตราสินค้า (Brand Personality)เพื่อให้ตราสินค้ามีความเหมาะสมและแตกต่างจากสินค้าคู่แข่งขัน สะท้อนให้เห็นถึงความมั่นคงสร้างความน่าเชื่อถือ สร้างความจดจำในตราสินค้าและเกิดความภาคภูมิใจเมื่อใช้สินค้าหรือบริการนั้น
4) การสร้างภาพพจน์ในตราสินค้า (Brand Image) หมายถึงความรู้สึกนึกคิดของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อตราสินค้า ทางด้านคุณสมบัติ บุคลิก อารมณ์และการผสมผสานในจิตใจของผู้บริโภค การโฆษณาเพื่อสร้างภาพพจน์จะพัฒนาโครงร่างด้านชื่อเสียงของตราสินค้า เช่น สายการบิน สถาบันการเงิน สุรา บุหรี่
5) การสร้างเรื่องราวประจำตัวสินค้า (Inherent Drama) หมายถึง การสร้าง เรื่องราประจำตัวสินค้าหรือลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ ติดตามและเกิดการซื้อ

2.2.8 การจูงใจการโฆษณา

การจูงใจการโฆษณา (Advertising Appeals) หมายถึง หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองหรือสร้างอิทธิพลต่อความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหรือบริการประกอบด้วยหลักเกณฑ์ดังนี้

1) การจูงใจด้านเหตุผล (Rational Appeals) หมายถึง ลักษณะที่นำไปใช้ประโยชน์ได้จริง เหตุผลในการเป็นเจ้าของสินค้า โดยมีเนื้อหามุ่งที่ข้อเท็จจริงการเรียนรู้ หลักเหตุผลในการจูงใจเช่น รูปลักษณ์ ข้อดี ราคา ความนิยม
2) การจูงใจด้านอารมณ์ (Emotional Appeals) เน้นการให้ข่าวสารที่มิได้มุ่งขายสินค้าโดยตรง เป็นการสร้างภาพพจน์และการตอบสนองความรู้สึกหรือทัศนคติเช่น การตอบสนองด้านความปลอดภัย ความรักในครอบครัวหรือการประสบความสำเร็จในชีวิต
3) การจูงใจด้านเหตุผลร่วมกับการจูงใจด้านอารมณ์ (Combining Retional Appeal and Emotional Appeals) คือ การใช้การจูงใจทั้งด้านเหตุผลและด้านอารมณ์ร่วมกัน
4) การจูงใจด้านสังคม ศีลธรรมและสิ่งแวดล้อม (Social Morals and Environment Appeals) เป็นการเสนอข่าวสารเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเช่น การโฆษณาสถาบัน โฆษณารณรงค์ในเรื่องต่างๆ

2.2.9 หลักการสร้างสรรค์งานโฆษณา

งานโฆษณาเป็นงานที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) การสร้างสรรค์งานโฆษณาที่ดีควรกำหนดวัตถุประสงค์ในการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดโดยใช้หลัก AIDA MODEL ซึ่งทำให้เกิดผล 4 ประการ ดังนี้

1. การดึงให้เกิดความตั้งใจ

   การโฆษณาที่ดีต้องสามารถดึงดูดความสนใจ (Attention) ได้เช่น การใช้เสียงเพลง การใช้นักแสดงที่มีชื่อเสียง

2. การทำให้เกิดความสนใจติดตาม

   การโฆษณาต้องเน้นให้ผู้บริโภคเห็นถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากสินค้าหรือบริการเพื่อทำให้เกิดความสนใจติดตาม (Interest)

3. การกระตุ้นให้เกิดความต้องการ

   การเสนอจุดขายที่ชัดเจน แสดงให้เห็นความแตกต่างของการมีสินค้ากับการไม่มีสินค้าหรือความแตกต่างจากสินค้าประเภทเดียวกัน ทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ (Desire) ในสินค้าหรือบริการนั้น

4. การกระตุ้นให้เกิดการซื้อ

   การโฆษณาต้องเชิญชวนให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเกิดพฤติกรรมการตอบสนอง (Action) โดยการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ หลักการสร้างสรรค์งานโฆษณาที่ทำให้หลัก AIDA MODEL มีความสัมฤทธิผลควรมีลักษณะ ดังนี้

   *4.1 สร้างความไว้วางใจ การ*โฆษณาต้องให้ข้อเท็จจริง ไม่เกินจากความเป็นจริง โดยอาศัยสิ่งที่คนเชื่อถืออยู่แล้ว มาเป็นจุดขายในการโฆษณาเช่น มะนาวใช้ในการทำความสะอาดได้ แสตนเลสทำให้ไม่เกิดสนิม

   4.2 มีแบบฉบับของตนเองที่แตกต่าง การโฆษณาต้องมีแบบฉบับของตนเองที่ไม่ซ้ำแบบใคร เมื่อผู้บริโภคดูแล้วจดจำได้ว่าเป็นการโฆษณาสินค้าหรือบริการใด

   4.3 จุดขายที่ชัดเจนเพียงจุดเดียว การโฆษณาต้องสร้างจุดขายที่จูงใจและชัดเจนเพียงจุดเดียว เพื่อทำให้ผู้บริโภคสามารถจดจำได้

4.4 โฆษณาต้องน่าเชื่อถือ โฆษณานอกจากจะไม่เกินจริงแล้วยังต้องมีเหตุผลสนับสนุนจุดขายของโฆษณานั้นด้วย

4.5 โฆษณาต้องเข้าถึงความคิดและอารมณ์ การโฆษณาที่เน้นเหตุผลเพียงอย่างเดียว ไม่มีเรื่องของอารมณ์มาเกี่ยวข้องเลย อาจไม่ได้รับความสนใจหรือสร้างความต้องการได้ ส่วนโฆษณาที่ใช้อารมณ์เพียงอย่างเดียว ไม่มีเหตุผลมาจูงใจ ก็อาจไม่ได้ผลเช่นกัน

4.6 สะท้อนบุคลิกภาพของสินค้า การโฆษณาต้องแสดงออกซึ่งบุคลิกของสินค้าว่าเป็นสินค้าแบบไหนเช่น ความแข็งแรงทนทาน ขนาดที่เล็กกะทัดรัดรูปแบบที่ทันสมัย

4.7 สะท้อนตำแหน่งครองใจผลิตภัณฑ์ การโฆษณาต้องแสดงให้เห็นตำแหน่งครองใจของผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจนเช่น สบู่ชนิดนี้ใช้แก้สิว สบู่ชนิดนี้ยับยั้งแบคทีเรีย สบู่ชนิดนี้มีส่วนผสมของวิตามินอี

4.8 โฆษณาที่มีความกลมกลืน การโฆษณาต้องมีองค์ประกอบต่างๆ ที่กลมกลืนกันทั้งภาพ เสียง สี ถ้อยคำ รวมทั้งการโฆษณาในทุกสื่อที่ใช้ด้วย การสร้างสรรค์งานโฆษณา เริ่มต้นจากการกำหนดวัตถุประสงค์ในการโฆษณา โดยอาศัยพื้นฐานของการโฆษณา ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายและข้อมูลสนับสนุนอื่นๆ ผู้สร้างสรรค์งานโฆษณาจึงต้องพยายามค้นหาแนวทางในการสร้างสรรค์ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการโฆษณา เพื่อให้การโฆษณานั้นมีสัมฤทธิผลตาม ที่วางไว้ [3]

2.3 โปรแกรมที่ใช้

2.3.1 Adobe Photoshop

ภาพที่ 2.2 Adobe Photoshop

Adobe Photoshop เป็นโปรแกรมสร้างและแก้ไขรูปภาพอย่างมืออาชีพโดยเฉพาะนักออกแบบในวงการตัดแต่งภาพย่อมรู้จักโปรแกรมตัวนี้เป็นอย่างดี หน้าที่หลักของโปรแกรม คือ การสร้างงานประเภทสิ่งพิมพ์ งานวิดีทัศน์ งานนำเสนอ งานมัลติมีเดีย ตลอดจนงานออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ [4]

2.3.2 Adobe Illustrator

ภาพที่ 2.3 Adobe Illustrator

Adobe Illustrator เป็นโปรแกรมที่ใช้ในการวาดภาพที่มีลักษณะเป็นลายเส้นหรือเวกเตอร์ และยังสามารถรวมภาพกราฟิกที่แตกต่างกันระหว่างเวกเตอร์และและเป็นบิตแม็ฟ ให้เป็นงานกราฟิกที่มีทั้งภาพเป็นเส้นที่คมชัด และมีเอฟเฟค สีสันสวยงาม หรือมีความแปลกใหม่ร่วมกันได้ นักออกแบบส่วนใหญ่นิยมใช้โปรแกรม Illustrator เพราะมีคุณภาพของงานสูง เพราะเนื่องจาก เป็น

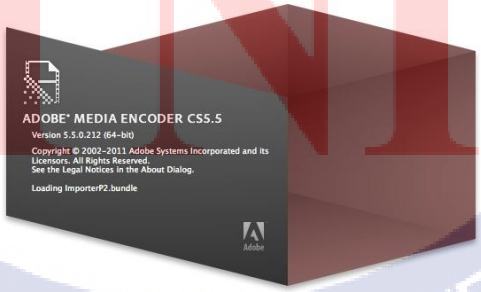
ไฟล์แบบ เวกเตอร์ ที่มีความคมชัดของไฟล์งานสูง และไม่มีปัญหาเวลาส่งงานให้กับโรงพิมพ์ในการพิมพ์ขยายภาพขนาดใหญ่อย่างแน่นอน

2.3.3 Adobe Premiere

ภาพที่ 2.4 Adobe Premiere

Adobe Premiere คือโปรแกรมในการตัดต่อวิดีโอ และไฟล์เสียง ใช้สร้างภาพยนตร์ได้ โดยเป็นหนึ่งในโปรแกรมตระกูล Adobe ที่ได้รับการพัฒนามาอย่างต่อเนื่อง และความนิยมอย่างสูง มีความสามารถหลัก คือ การตัดต่อไฟล์วิดีโอ ซึ่งผสมผสานไฟล์วิดีโอหลายๆ ไฟล์ให้เรียงต่อกันแล้วนำมาผ่านกระบวนการตัดต่อใส่เอฟเฟคใส่ subtitle ใส่ตัวหนังสือ ปรับเสียง และยังสามารถสร้างชื่อเรื่อง ข้อความ จนกระทั่งได้ไฟล์ภาพยนตร์ที่สมบูรณ์รวมทั้งมีภาพเคลื่อนไหวและมีการเปลี่ยนฉากที่ลงตัว จากนั้นยังสามารถแปลงไฟล์ที่เสร็จแล้วไปเป็นไฟล์ในรูปแบบต่างๆได้ [5]

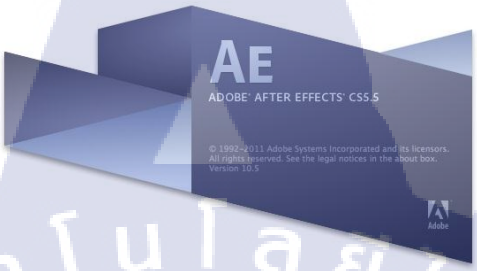
2.3.4 Adobe Media Encoder



ภาพที่ 2.5 Adobe Media Encoder

Adobe Media Encoder คือโปรแกรมที่ใช้สำหรับแปลงไฟล์ ซึ่งสามารถแปลงได้ทั้งขนาดของไฟล์ ค่าความถี่ของเสียง รวมไปถึงนามสกุลของไฟล์มีเดีย [6]

2.3.5 Adobe After Effect



ภาพที่ 2.6 Adobe After Effect

โปรแกรม After Effect เป็นโปรแกรมสาหรับงานทางด้าน Video Compost หรืองานซ้อนภาพวีดีโอ รวมถึงงานทางด้านการตกแต่ง หรือเพิ่มเติม Effect พิเศษให้กับภาพ โปรแกรม After Effect ก็คือ โปรแกรม Photoshop เพียงแต่เปลี่ยนจากการทางานภาพนิ่งมาเป็นภาพเคลื่อนไหว ผู้ที่มีพื้นทางด้านการใช้งานโปรแกรม Photoshop มาก่อน ก็จะสามารถใช้งานโปรแกรม After Effect ได้ โดยใช้โปรแกรม Adobe After Effect ซึ่งเป็นโปรแกรมยอดนิยมทางด้าน Motion Graphic ใช้ในธุรกิจการตัดต่อภาพยนตร์ งานโทรทัศน์ การสร้าง Project การใช้ Transition , Effect และ Plug in ต่างๆ ในการทางาน โปรแกรม After Effect เป็นโปรแกรมที่นิยมใช้ในการทางานด้าน Motion graphic และ Visual – Effect ที่เหมาะสาหรับนามาใช้ในงาน Presentation , Multimedia , งานโฆษณา และรวมไปถึงการทา Special – Effect ต่าง ๆ ให้กับงานภาพยนตร์ [7]

2.3.5.1 การทำงานของโปรแกรม Adobe After Effect

ในการทางานของโปรแกรม After Effect นั้นเปรียบเทียบกับการทางานภาพยนตร์คือการตัดต่อ เนื่องจากการทางานของโปรแกรมจะทางานในลักษณะที่เป็นการนาไฟล์ที่ทาเอาไว้เรียบร้อยแล้วจากที่อื่นเข้ามาใช้ โดยไฟล์ที่จะนามาใช้งานโปรแกรม After Effect สามารถเป็น ไฟล์ใด ๆ ก็ได้แทบทุกชนิด ไม่ว่าจะเป็นไฟล์ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และไฟล์เสียง โดยที่สามารถจะนาไฟล์ทั้งหลายเหล่านี้มาใช้งานร่วมกัน เพื่อให้ได้งานที่เป็นภาพเคลื่อนไหวชิ้นใหม่ออกมาจากโปรแกรม

After Effect เนื่องจากในการทางานกับโปรแกรม After Effect จาเป็นจะต้องมีการนาไฟล์อื่นเข้ามาใช้ร่วมด้วยอยู่เสมอจึงต้องมีการเตรียมไฟล์ที่จะใช้งานไว้ให้เรียบร้อยก่อน และจึงนาไฟล์ที่ได้เตรียมไว้แล้วมาใช้เป็น Footageในการทางานของโปรแกรม After Effect

ระบบดิจิตอลวิดีโอ สาหรับระบบ NTSC digital video ในมาตรฐานของ CCIR – 601 ที่นิยมใช้กันอยู่ทั่วไป คือ NTSC D1 จะมีอัตราส่วนเท่ากับ 720 x 486 pixels และเช่นเดียวกันสาหรับ PAL D1 จะมีอัตราส่วนเท่ากับ 720 x 576 สามารถเลือกที่จะกำหนดการแสดงผลในอัตราส่วนของ pixels ระบบต่าง ๆ ของได้ ด้วยการกำหนดค่าที่หน้าต่าง Composition Settings ในการกำหนดค่าเพื่อสร้างหน้าต่าง Composition ขึ้นมา และในปัจจุบันก็ได้มี PC ดิจิตอลวีดิโอรุ่นใหม่ ๆ บางรุ่น ที่สามารถใช้ได้กับพื้นที่การแสดงงานที่มีขนาด 720 x 480 pixels โดยระบบนี้ชื่อว่า ระบบ DV (digital video) ซึ่ง pixel จะมีอัตราส่วนที่เท่ากับอัตราส่วนของระบบ D1 Adobe After Effect เป็นโปรแกรมที่ใช้ในการสร้าง motion graphic งาน Compositeซึ่งรูปแบบการใช้งานค่อนข้างง่ายเหมาะสาหรับผู้เริ่มต้น และมีแนวคิดของโปรแกรมที่ทางานใน layer

2.3.5.2 การทำภาพเคลื่อนไหวด้วยโปรแกรม After Effects

โปรแกรม After Effects เป็นโปรแกรมที่นิยมใช้ในการทำงานด้าน Motion graphic และ Visual – Effect ที่เหมาะสำหรับนำมาใช้ในงาน Presentation , Multimedia , งานโฆษณา และรวมไปถึงการทำ Special – Effect ต่าง ๆ ให้กับงานภาพยนตร์ โดยเครื่องมือที่ใช้และลักษณะการใช้งานโดยทั่วไปในโปรแกรมนั้น ก็จะคล้ายกับโปรแกรมอื่น ๆ ในตระกูล Adobe ดังนั้นในการเริ่มต้นใช้งาน After Effects ก็จะง่ายขึ้น ถ้าผู้ใช้เคยได้ใช้โปรแกรมของ Adobe เช่น Photoshop , Illustrator หรือ Premiere มาก่อน

2.3.5.3 การเตรียมไฟล์ที่จะนำมาใช้งาน

เนื่องจากในการทำงานกับโปรแกรม After Effects จำเป็นจะต้องมีการนำไฟล์อื่นเข้ามาใช้ร่วมด้วยอยู่เสมอจึงต้องมีการเตรียม ไฟล์ที่จะใช้งานไว้ให้เรียบร้อยก่อน และจึงนำไฟล์ที่ได้เตรียมไว้แล้วมาใช้เป็นฟุตเทจในการทำงานของโปรแกรม After Effects

ระบบดิจิตอลวิดีโอ

สำหรับระบบ NTSC digital video ในมาตรฐานของ CCIR – 601 ที่นิยมใช้กันอยู่ทั่วไป คือ NTSC D1 จะมีอัตราส่วนเท่ากับ 720 x 486 pixels และเช่นเดียวกันสำหรับ PAL D1 จะมีอัตราส่วนเท่ากับ 720 x 576 โดยอัตราส่วน 720 x 486 ของระบบ NTSC D1 จะไม่ได้เป็น 4 : 3 เท่ากับหน้าจอในระบบอื่น ๆ และเนื่องจากว่า pixels ของระบบ D1 ไม่ได้มีรูปร่างเป็นสี่เหลี่ยมจัตุรัสเหมือน pixels ที่ใช้ในระบบอื่น ๆ แต่จะมีรูปร่างเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่ด้านกว้างมีขนาดแค่ 90 % ของด้านสูง จึงทำให้ pixels ของระบบ D1 จะมีลักษณะผอมสูง และผลจากความแตกต่างของรูปร่าง pixels ส่งผลให้งานบางชนิดเกิดการผิดพลาดได้เมื่อมีการย้ายจากระบบหนึ่งไปอีกระบบ หนึ่ง

เมื่อนำงานจากระบบ NTSC D1 ไปแสดงงานบนหน้าจอคอมพิวเตอร์ ก็จะมีภาพที่มีลักษณะแคบลง เมื่อนำไปใช้งานที่หน้าจอระบบ NTSC D1

ส่วนในระบบ PAL D1 ก็จะมี pixelsในทางกลับกันกับระบบ NTSC D1 คือ pixels ระบบ PAL D1 จะมีรูปร่างเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่กว้างเตี้ย ดังนั้นในการแสดงงานที่หน้าจอจะเป็นในทางกลับกันด้วยเช่นกัน เมื่อเป็นเช่นนี้จึงทำให้สิ่งสำคัญที่ควรระวังในการทำงานที่ต้องเกี่ยวข้อง กับระบบ D1 คือ อย่ามองข้ามอัตราส่วนต่าง ๆ ขอ pixels เหล่านี้

โปรแกรม After Effects สามารถเลือกที่จะกำหนดการแสดงผลในอัตราส่วนของ pixels ระบบต่าง ๆ ของได้ ด้วยการกำหนดค่าที่หน้าต่าง Composition Settings ในการกำหนดค่าเพื่อสร้างหน่าง Composition ขึ้นมา

และในปัจจุบันก็ได้มี PC ดิจิตอลวีดิโอรุ่นใหม่ ๆ บางรุ่น ที่สามารถใช้ได้กับพื้นที่การแสดงงานที่มีขนาด 720 x 480 pixels โดยระบบนี้ชื่อว่า ระบบ DV (digital video) ซึ่ง pixel จะมีอัตราส่วนที่เท่ากับอัตราส่วนของระบบ D1

Adobe After Effect เป็นโปรแกรมที่ใช้ในการสร้าง motion graphic งาน Compositeซึ่งรูปแบบการใช้งานค่อนข้างง่าย เหมาะสำหรับผู้เริ่มต้น และมีคอนเซ็พท์ของโปรแกรมที่ทำงานในแบบเลเยอร์

2.3.5.4 ตัวอย่างผลงานด้วยโปรแกรม After Effects

โทรทัศน์

เห็นได้ประจำทุกวันกับรายการทีวีเกือบทุกรายการ ละคร ข่าว และโฆษณาที่เราได้ดูกันอยู่ทุกวันล้วนแต่มีการใช้ภาพกราฟิกเคลื่อนไหวและตกแต่งภาพ Video กันทั้งนั้น ซึ่งส่วนใหญ่ก็มักจะถูกสร้างด้วยโปรแกรม After Effects เป็นเสียส่วนใหญ่

ภาพที่ 2.7 ภาพตัวอย่างงานที่ทำด้วยโปรแกรม After Effects

ภาพยนตร์

Special Effects ที่ตระการตาต่างๆ ที่เห็นในหนังภาพยนตร์ ฉากบู๊แอ็คชันระเบิดเถิดเทิงและเหนือจินตนาการสะใจคนดูกับเทคนิคการตกแต่งต่างๆ ที่ทำให้ภาพยนตร์นั้นดูสวยงามเสียเหลือเกิน ก็สามารถสร้างขึ้นได้ด้วยโปรแกรม After Effects

ภาพที่ 2.8 ภาพตัวอย่างงานที่ทำด้วยโปรแกรม After Effects

Internet

ในเว็บไซด์ต่างๆ ที่มีการนำภาพกราฟิกเคลื่อนไหวมาใช้ ถ้าสังเกตดีๆ ก็จะเห็นว่าไอ้ภาพเคลื่อนไหวที่เราเห็นกันนั้นถึงแม้จะสร้างขึ้นมาด้วยโปรแกรม Multimedia ยอดนิยม เป็นโปรแกรม Macromedia Flash เป็นเสียส่วนใหญ่ แต่ก็จะเห็นว่ามีการนำกราฟิกเคลื่อนไหวมาสร้างขึ้นมาจากโปรแกรม flash นั้นมาตกแต่งใส่ Effects ให้กับภาพกราฟิกเคลื่อนไหวนั้นๆ ด้วยโปรแกรม After Effects ซึ่งทำให้งานที่ดูธรรมดา ในตอนแรกกลับมีชีวิตชีวามีชาติตระกูลและน่าสนใจขึ้นมาทันตา หรือถ้าดูดีอยู่แล้วก็จะยิ่งดูดีเข้าไปใหญ่

Animation

งานการ์ตูนแอนิเมชั่นต่างๆ ที่เราเห็นกันในบางฉากหรือบางตอนที่สร้าง Special Effects งามๆ มันส์ๆ เร้าใจเด็กเล็กจนถึงผู้ใหญ่วัยโจ๋ ก็สามารถทำได้ด้วยโปรแกรม After Effects เช่นเดียวกับงานภาพยนตร์ นอกจากนี้การเคลื่อนไหวของตัวการ์ตูน (ในรูปแบบ 2 มิติ) ก็สามารถทำได้เหมือนกัน

ภาพที่ 2.9 ภาพตัวอย่างงานที่ทำด้วยโปรแกรม After Effects

งาน Presentation ต่างๆ

การนำเสนอต่างๆ ที่เราต้องการทำให้ดูมีความสนใจยิ่งขึ้นด้วยเทคนิคของการเร้าความสนใจด้วยภาพเคลื่อนไหว ก็สามารถทำได้โดยสร้างภาพกราฟิกเคลื่อนไหวสวย และ Effects งามๆ ดึงดูดให้ผู้คนสนใจกับสิ่งที่เราต้องการนำเสนอได้เป็นอย่างดี

ภาพที่ 2.10 ภาพตัวอย่างงานที่ทำด้วยโปรแกรม After Effects

บทที่ 3
แผนงานการปฏิบัติงานและขั้นตอนการดำเนินงาน

3.1 แผนการปฏิบัติงาน

ตารางที่ 3.1 แผนการปฏิบัติสหกิจศึกษา

หัวข้องาน	เดือนที่ 1				เดือนที่ 2				เดือนที่ 3				เดือนที่ 4			
ศึกษางานในองค์กร																
ศึกษาการออกแบบงาน Banner																
ศึกษาการออกแบบ งาน Poster																
ศึกษาการออกแบบงาน VDO																
ศึกษาการรีทัชภาพ																
ทำรูป Deal เว็บ Shopping 8000																
ทำการรีทัสภาพ																
ออกแบบงาน Banner																
ออกแบบงาน Poster																
ตัดต่องาน VDO																
หาข้อมูลการทำ TVC																
เขียน Storyboard																
ทำงานตาม Storyboard																
ปรับปรุงและแก้ไขงาน																
นำรูปแบบที่ได้จัดทำ TVC ทั้งหมด																
จัดทำรูปเล่มรายงาน																
ตรวจสอบและแก้ไขข้อผิดพลาดของรูปเล่มรายงาน																

3.2 รายละเอียดโครงงาน

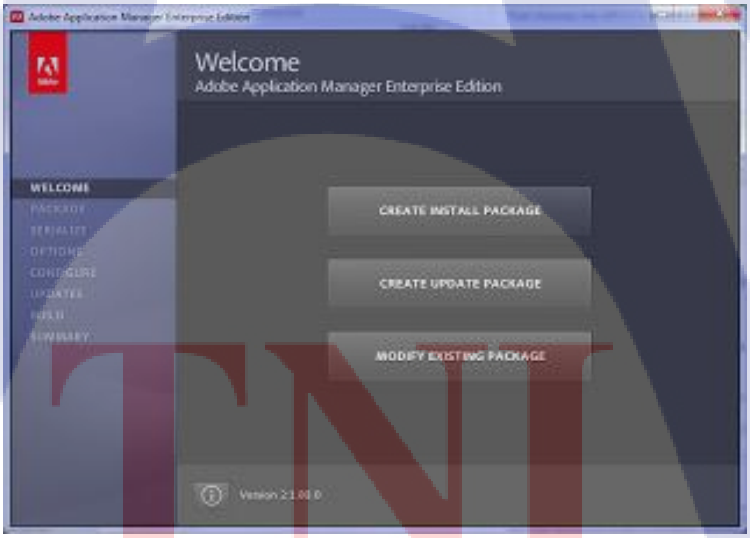
3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

โครงงานทำ ทำงาน TVC โฆษณาการทำนายดวงของ อ.ทศพร ศรีตุลา (หมอช้าง) มีกลุ่มเป้าหมายคือประชาชนชาวไทยทุกเพศทุกวัยที่ต้องการจะดูดวงและการพยากรณ์ ซึ่งโฆษณานี้จะออกทั้งบนโทรทัศน์ และลงทาง Internet เพื่อเจอะกลุ่มเป้าหมายได้จากหลายๆสื่อ

3.2.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในโครงงาน

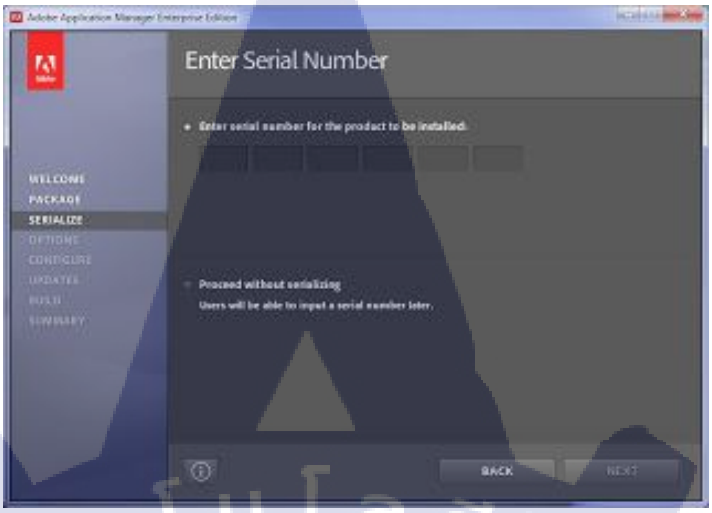
3.2.2.1 วิธีการติดตั้งโปรแกรม Adobe Master Collection CS6

1) ดาวน์โหลด Adobe CS6 ที่ http://www.adobe.com/downloads เมื่อดาวน์โหลดโปรแกรม เสร็จแล้ว ให้เปิดโปรแกรมแล้วคลิกที่ CREATE INSTALL PACKAGE เพื่อทำการติดตั้ง



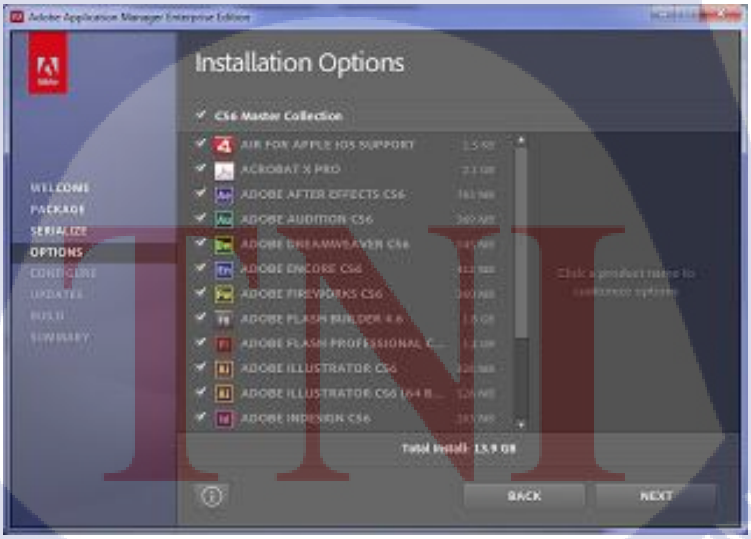
ภาพที่ 3.1 ขั้นตอนการลงโปรแกรม Adobe Master Collection CS6

2) กรอก Serial Number ของโปรแกรมให้เรียบร้อย



ภาพที่ 3.2 ขั้นตอนการลงโปรแกรม Adobe Master Collection CS6

3) เลือกโปรแกรมที่ต้องการติดตั้ง โดยติ๊กถูกหน้าโปรแกรมที่ต้องการ สำหรับโครงงานชิ้นนี้เลือก Adobe Photoshop และ Adobe DreamWeaver เมื่อเลือกโปรแกรมที่ต้องการเสร็จแล้ว ให้กดที่ปุ่ม Next



ภาพที่ 3.3 ขั้นตอนการลงโปรแกรม Adobe Master Collection CS6

4) ระบบจะทำการติดตั้งโปรแกรมลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ หากโปรแกรมทั้งหมดถูกติดตั้งเสร็จสมบูรณ์แล้วจะปรากฏดังภาพที่ 3.4 จากนั้นให้กดปุ่ม Close เพื่อเริ่มต้นการใช้งานโปรแกรม

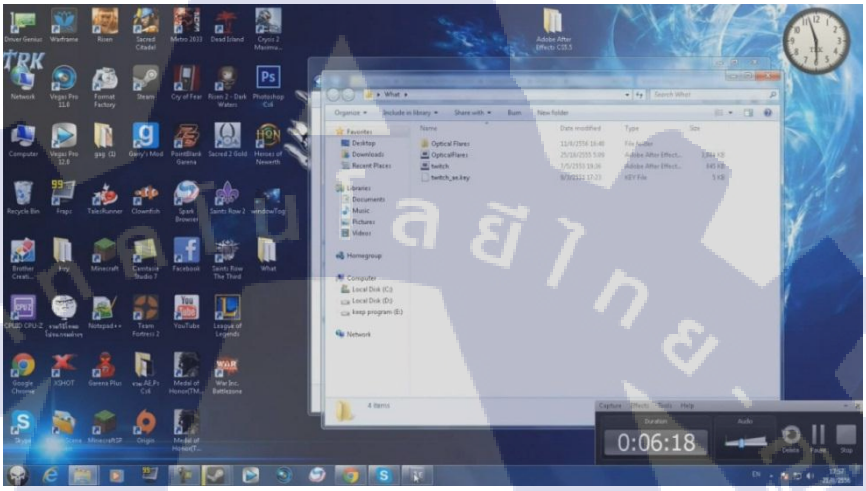
ภาพที่ 3.4 ขั้นตอนการลงโปรแกรม Adobe Master Collection CS6

3.2.2.2 วิธีการติดตั้ง After Effects Plugins Optical flares

ภาพที่ 3.5 ขั้นตอนการลง After Effects Plugins Optical flares

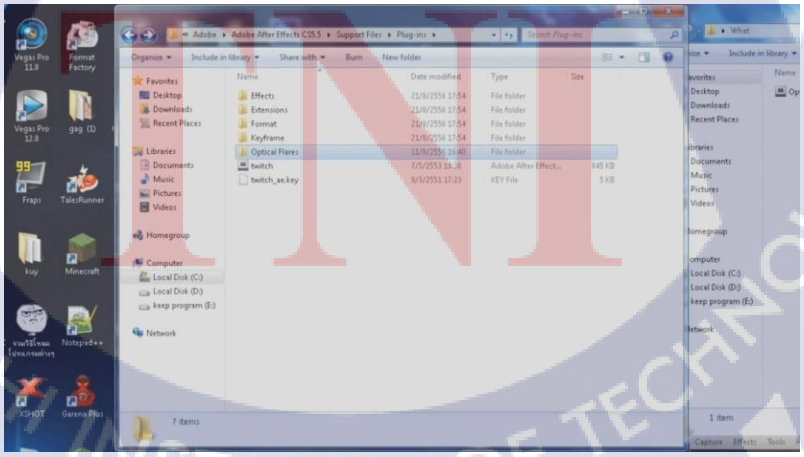
1) เราต้องติดตั้ง Plugin ที่จำเป็นสำหรับการทำไตเติ้ลตัวหนังสือนี้ครับนั่นคือ Optical Flaresครับ ซึ่งเป็นปลั๊กอินที่ไว้สำหรับทำลูกเล่นให้แสงแบบต่างๆครับ โดยสามารถดาวน์โหลดมาใช้งานได้จากที่นี่ครับ*OpticalFlares* : *http://www.mediafire.com/error.php?errno=392*

2) เมื่อดาวน์โหลดและแตกไฟล์ออกมาแล้ว จะเห็นตามรูปครับ



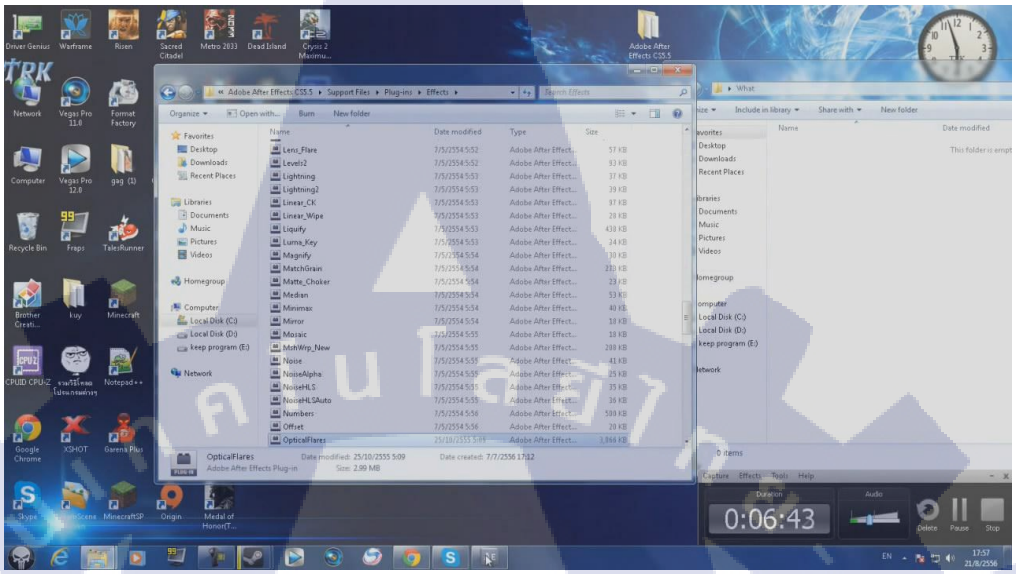
ภาพที่ 3.6 ขั้นตอนการลง After Effects Plugins Optical flares

3) นำไฟล์ twitch ,ไฟล์ twitch_ae.key และโฟเดอร์ Optical flaresไปวางใน C:\Program Files\Adobe\Adobe After Effects CS6\Support Files\Plug-ins\



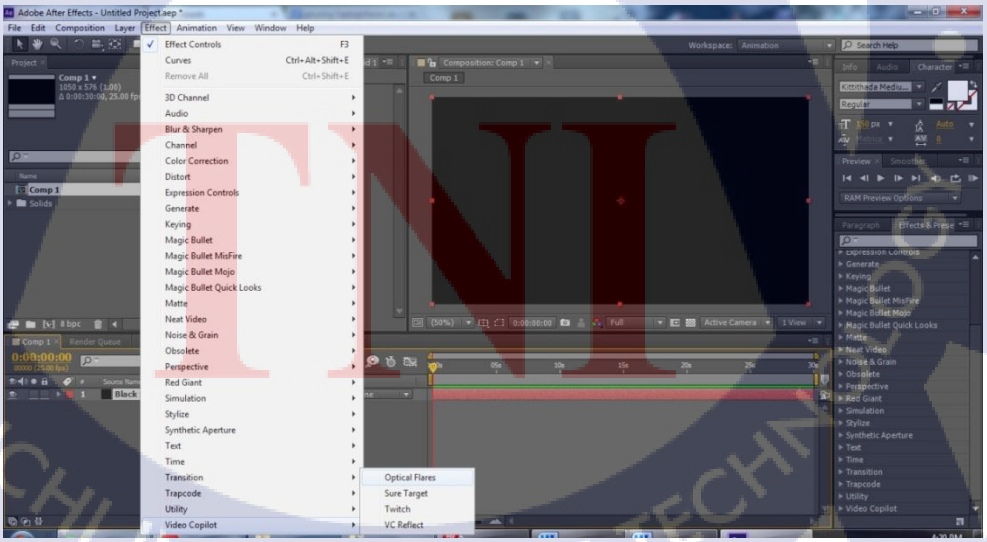
ภาพที่ 3.7 ขั้นตอนการลง After Effects Plugins Optical flares

4) นำไฟล์ Optical flares ไปวางใน C:\Program Files\Adobe\Adobe After Effects CS6\Support Files\Plug-ins\Effects



ภาพที่ 3.8 ขั้นตอนการลง After Effects Plugins Optical flares

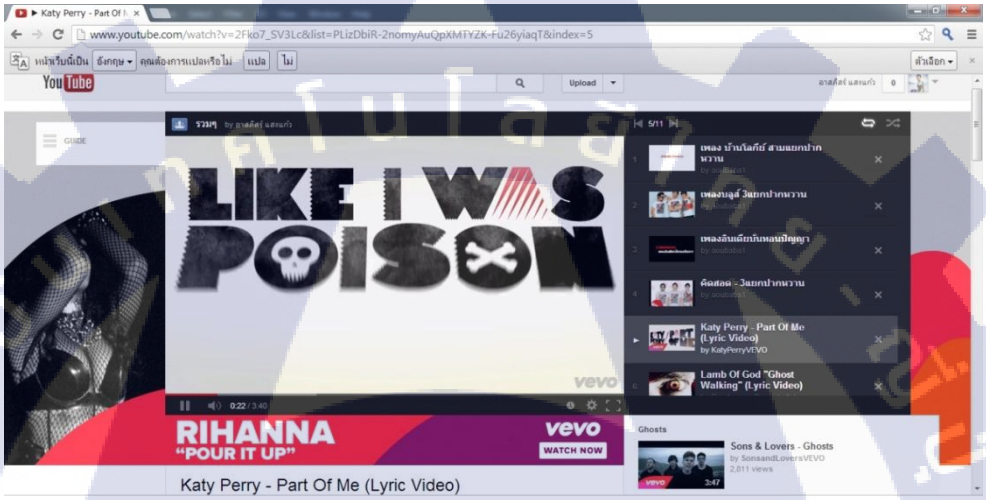
5) เสร็จสิ้นการลงโปรแกรมสามมารถเข้าไปใช้ได้ในตามรูป



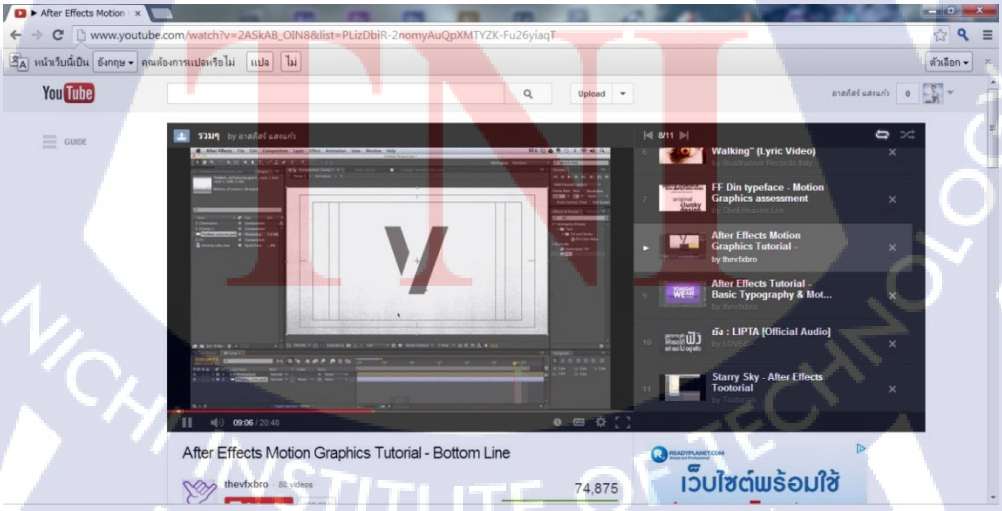
ภาพที่ 3.9 ขั้นตอนการลง After Effects Plugins Optical flares

3.2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

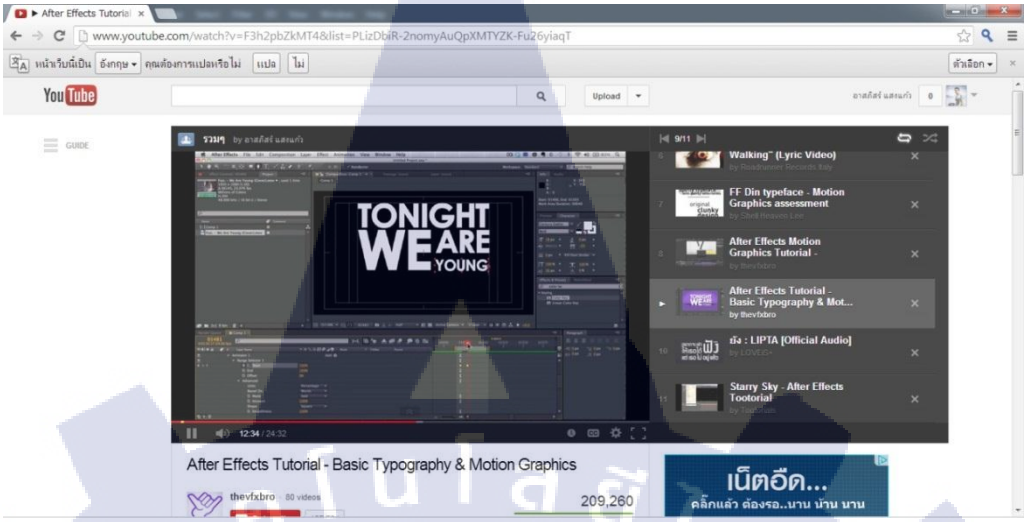
3.2.3.1 ศึกษาการเคลื่อนไหวของตัวอักษรและข้อความ ลูกเล่นต่างๆ Movement การเคลื่อนไหวจาก Youtube เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบการเคลื่อนไหวของตัวอักษร การเคลื่อนไหวของรูป และลูกเล่นต่างๆในการทำงานวีดีโอ [9,10,11,12]



ภาพที่ 3.10 ตัวอย่างเทคนิคการเคลื่อนไหวของตัวอักษร

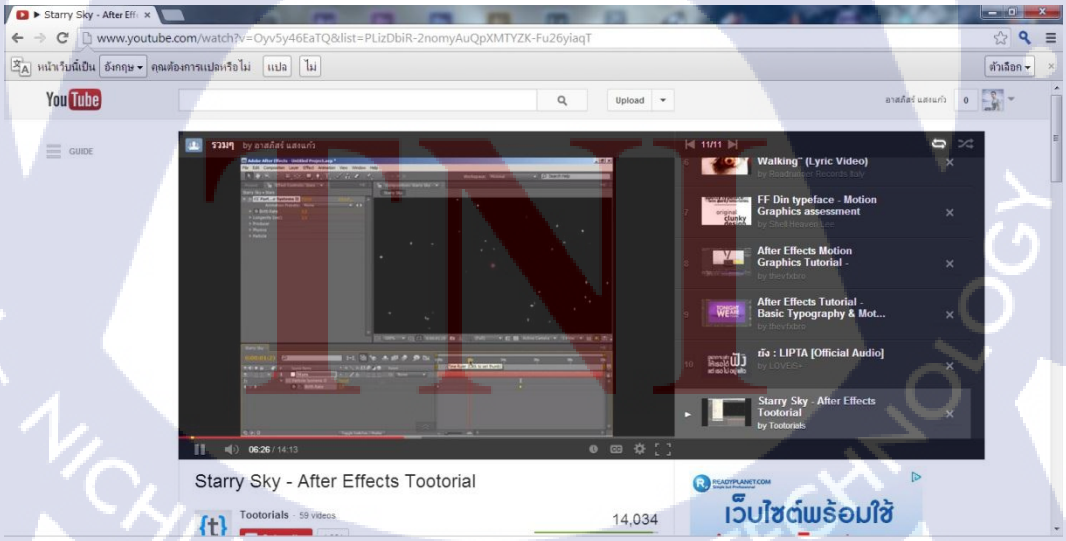


ภาพที่ 3.11 ตัวอย่างเทคนิคการเคลื่อนไหวของตัวอักษร

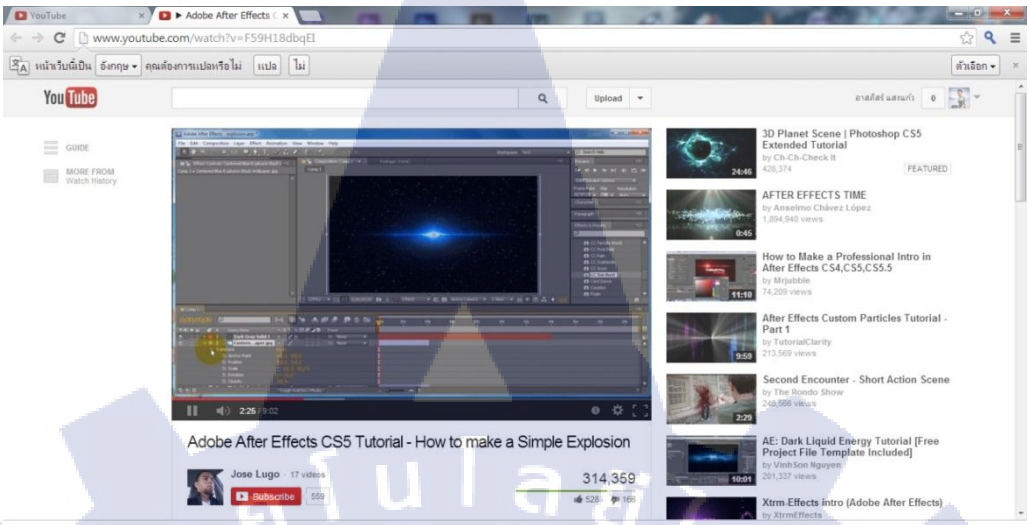


ภาพที่ 3.12 ตัวอย่างเทคนิคการเคลื่อนไหวของตัวอักษร

3.2.3.2 ศึกษาการสร้างดาวและการทำให้เกิด Movement ของดาว เพื่อนำไปใช้ในการสร้างพื้นหลังเพื่อทำให้ดูเมื่อนอยู่บนท้องฟ้าและมีการเคลื่อนไหวของดาวเพื่อให้ดูมีความเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา [13,14]



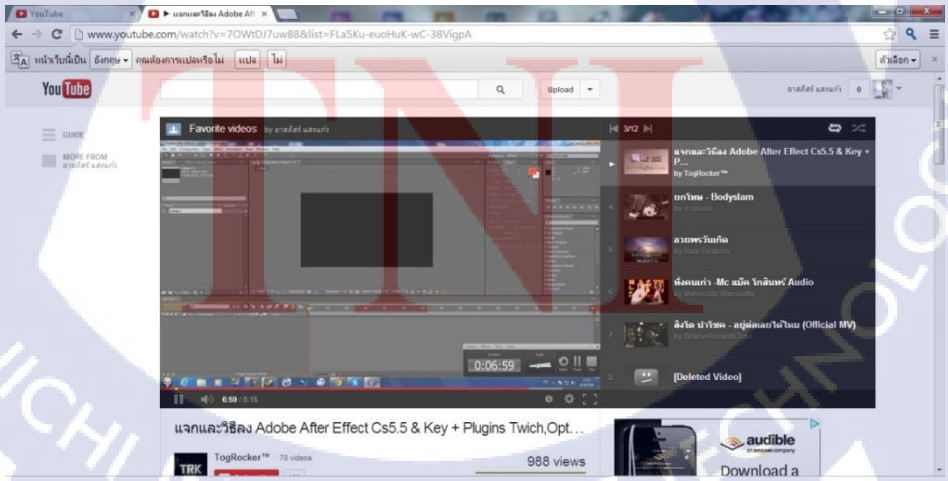
ภาพที่ 3.13 ตัวอย่างเทคนิคการสร้างดาวและการเคลื่อนไหวของดาว



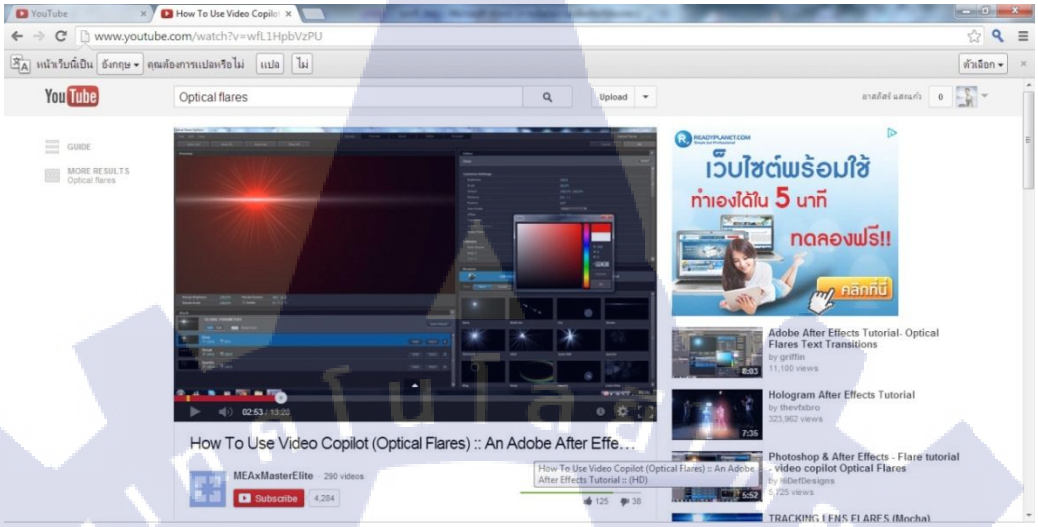
ภาพที่ 3.14 ตัวอย่างเทคนิคการสร้างดาวและการเคลื่อนไหวของดาว

3.2.3.3 หาแอฟเฟคต่างๆที่จะนำมาใช้และศึกษาวิธีการใช้

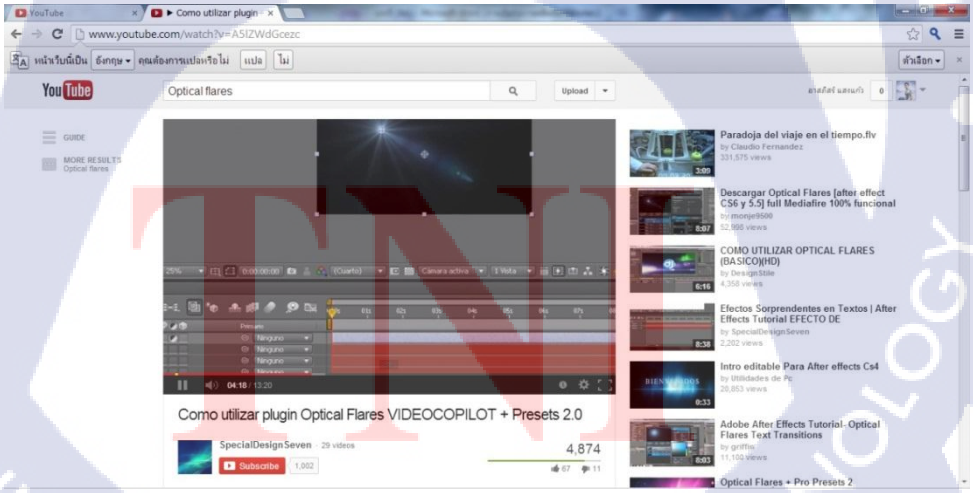
เอฟเฟคที่นำมาใช้นั้นก็คือ Optical flares ซึ่งเป็นเอฟเฟคแสงที่ใช้ได้หลากหลาย เพื่อใช้เอฟเฟคแสงในการเปิดตัวและเพื่อใช้เป็นลูกเล่นเพื่อทำให้วีดีโอดูน่าสนใจมากขึ้น [15,16]



ภาพที่ 3.15 ตัวอย่างเทคนิคการใช้เอฟเฟค Optical flares



ภาพที่ 3.16 ตัวอย่างเทคนิคการใช้เอฟเฟค Optical flares



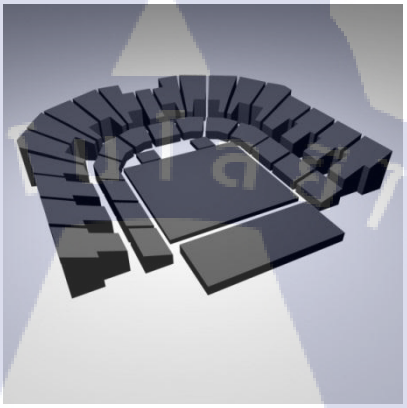
ภาพที่ 3.17 ตัวอย่างเทคนิคการใช้เอฟเฟค Optical flares

3.3 ขั้นตอนการดำเนินงานที่นักศึกษาปฏิบัติงานหรือโครงงาน

3.3.1 งานที่ปฏิบัติในช่วงเวลาสหกิจ

3.3.1.1 งานปั้นโมเดล 3 มิติ

เนื่องจากมีความต้องการให้สร้างรูปแบบโมเดลของ Hall Impact arena ขึ้นจึงได้ให้ทำการขึ้นโมเดล นี้ขึ้นมาเพื่อใช้เป็นแบบในการเลือกโซนในการจัดการแสดงต่างๆ

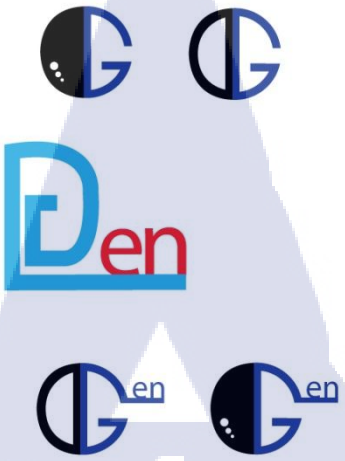


ภาพที่ 3.18 ปั้น Model Hall Impact arena

3.3.1.2 งานออกแบบโลโก้

ได้มีคำสั่งให้คิดและออกแบบโลโก้ *1231 มิวสิคฮอตไลน์ และ โลโก้ของ DGen ขึ้นมาเพื่อใช้ในงานโฆษณาขึ้น จะได้มีการขอให้ออกแบบโลโก้เป็นหลายๆแบบหลายๆสไตร์เพื่อใช้เปรียบเทียบ จะได้คัดเลือกนำมาใช้

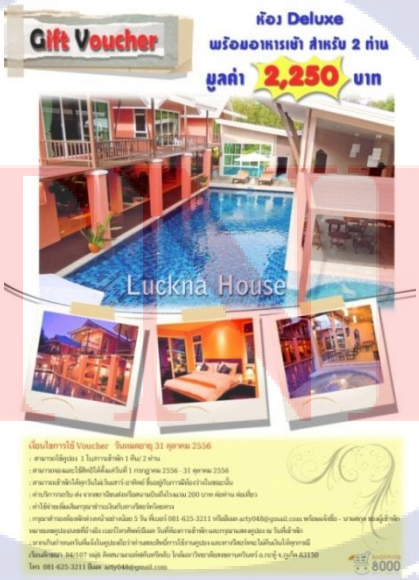
ภาพที่ 3.19 ออกแบบโลโก้ *1231 มิวสิคฮอตไลน์



ภาพที่ 3.20 ออกแบบโลโก้ DGen

3.3.1.3 งานออกแบบโปสเตอร์

เนื่องจากในแผนกเป็นงานที่ต้องออกแบบ GiftVoucher และPoster ต่างๆเพื่อใช้ในงานของเว็บ Shopping 8000 จึงได้มีการให้ออกแบบ GiftVoucher และPoster ต่างๆ เพื่อใช้ลงในเว็บ Shopping 8000

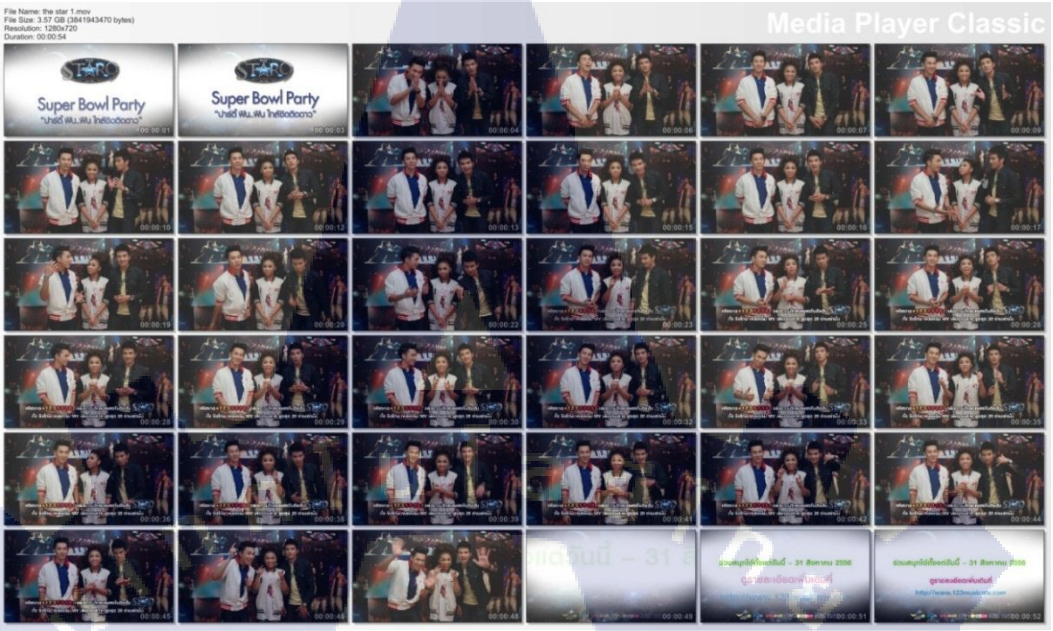


ภาพที่ 3.21 โปสเตอร์ Gift voucher โรงแรมเรือนลักขน

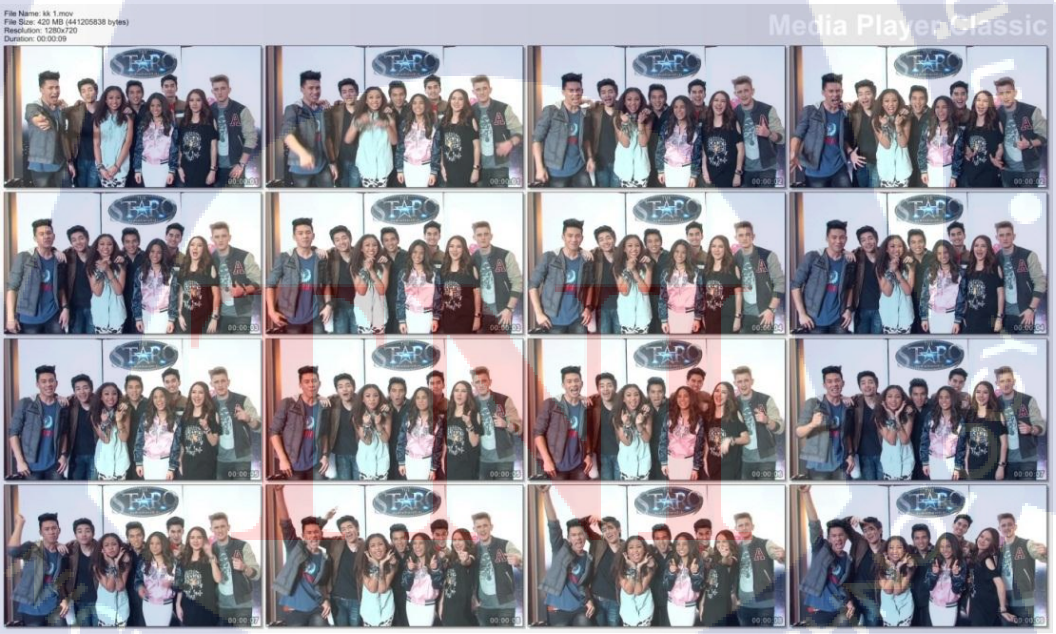
ภาพที่ 3.22 โปสเตอร์ Gift voucher ร้าน เค้ก Lamoon

3.3.1.4 งานตัดต่อวีดีโอและทำเอฟเฟค

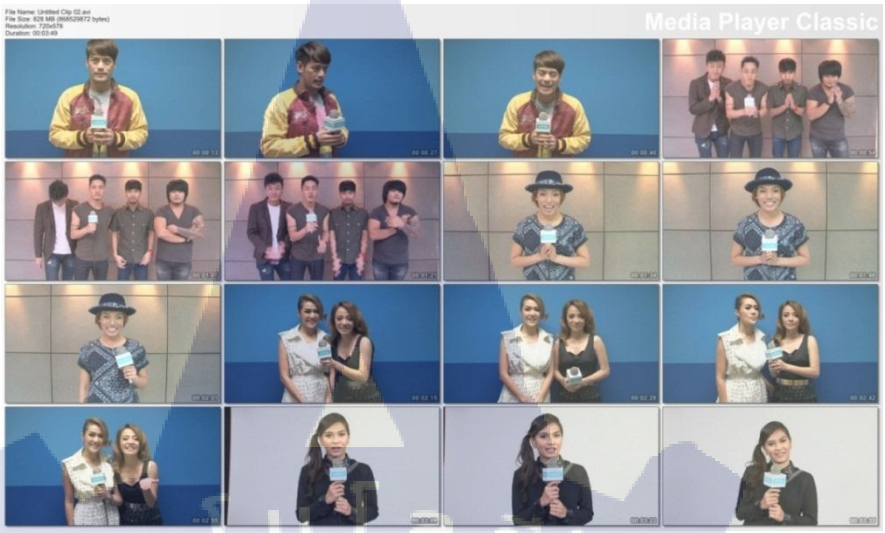
เนื่องด้วยมีงานทำตัว โฆษณาโปรโมทงานอีเว้นของงาน The Star Super Bowl Party เพื่อใช้ฉโปรเมทให้คนเข้ามารวมกิจกรรม และนอกจากงานทำตัวโฆษณาใส่เอฟฟคต่างๆแล้วก็ยังมีงานที่ต้อง ตัดไฟล์ฟุทเทจ เพื่อแยกวีดีโอเป็นฉากๆ เพื่อนำไปใช้ทำในงานอื่นต่อไป



ภาพที่ 3.23 ตัดต่อและทำเอฟเฟค TVC งาน The Star Super Bowl Party



ภาพที่ 3.24 ตัดไฟล์ฟุทเทจ และทำการลบโลโก้พื้นหลัง



ภาพที่ 3.25 ตัดไฟล์ฟุทเทจ ศิลปินต่างๆ

3.3.1.5 งานรีทัสภาพ

งานรีทัสเป็นอีกงานที่จำเป็นที่ต้องทำในแผนก เนื่องจากรูปศิลปินหรือรูปต่างๆที่ต้องนำมาใช้อาจไม่สมบูรณ์หรือสัดส่วนการจะนำมาใช้ไม่พอดี จึงจำเป็นต้องมีการรีทัสเพื่อเพิ่มส่วนที่ขาดไปหรือลดส่วนที่ไม่สวยงามออก เพื่อรูปที่นำมาใช้จะได้มีความสวยงามมากที่สุด

ภาพที่ 3.26 ไดร์คัท ศิลปินลูกทุ่ง

ภาพที่ 3.27 ไดร์คัท และแปะป้าย “แฮปปี้ มันส์ ฮา พาทัวร์”

สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น THAI-NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY TNI

ภาพที่ 3.28 รีทัช ภาพ Deal ลงเว็บ Shopping8000

3.3.1.6 งานออกแบบ Banner และ รีไซต์ Banner

งานออกแบบ Banner เป็นอีกงานด้านหนึ่งของแผนกเพื่อใช้ในการโฆษณา ทั้งใช้ลงเป็นเว็บไซต์ ลงบน android และ IPhone ซึ่งเมื่อออกแบบ Banner ตามกำหนดมาได้แล้ว จึงต้องทำการรีไซต์เป็นขนาดต่างๆ เพื่อนำมาใช้กับงานหลายๆแบบ ตามความต้องการที่ได้ถูกสั่งมา

ภาพที่ 3.29 ทำ Banner ละคร “สุภาพบุรุษจุฑาเทพ”

ภาพที่ 3.30 ทำ Banner AIS Music Store

ภาพที่ 3.31 ทำ Banner AIS Music Store ประจำเดือน กรกฎาคม

ภาพที่ 3.32 ทำ Banner AIS Music Store “เพลง มีไหมใครสักคน”

ภาพที่ 3.33 ทำ Banner AIS Music Store “เพลง เมียไม่มี”

ภาพที่ 3.34 ทำ Banner AIS Music Store “เพลง คุณและคุณเท่านั้น”

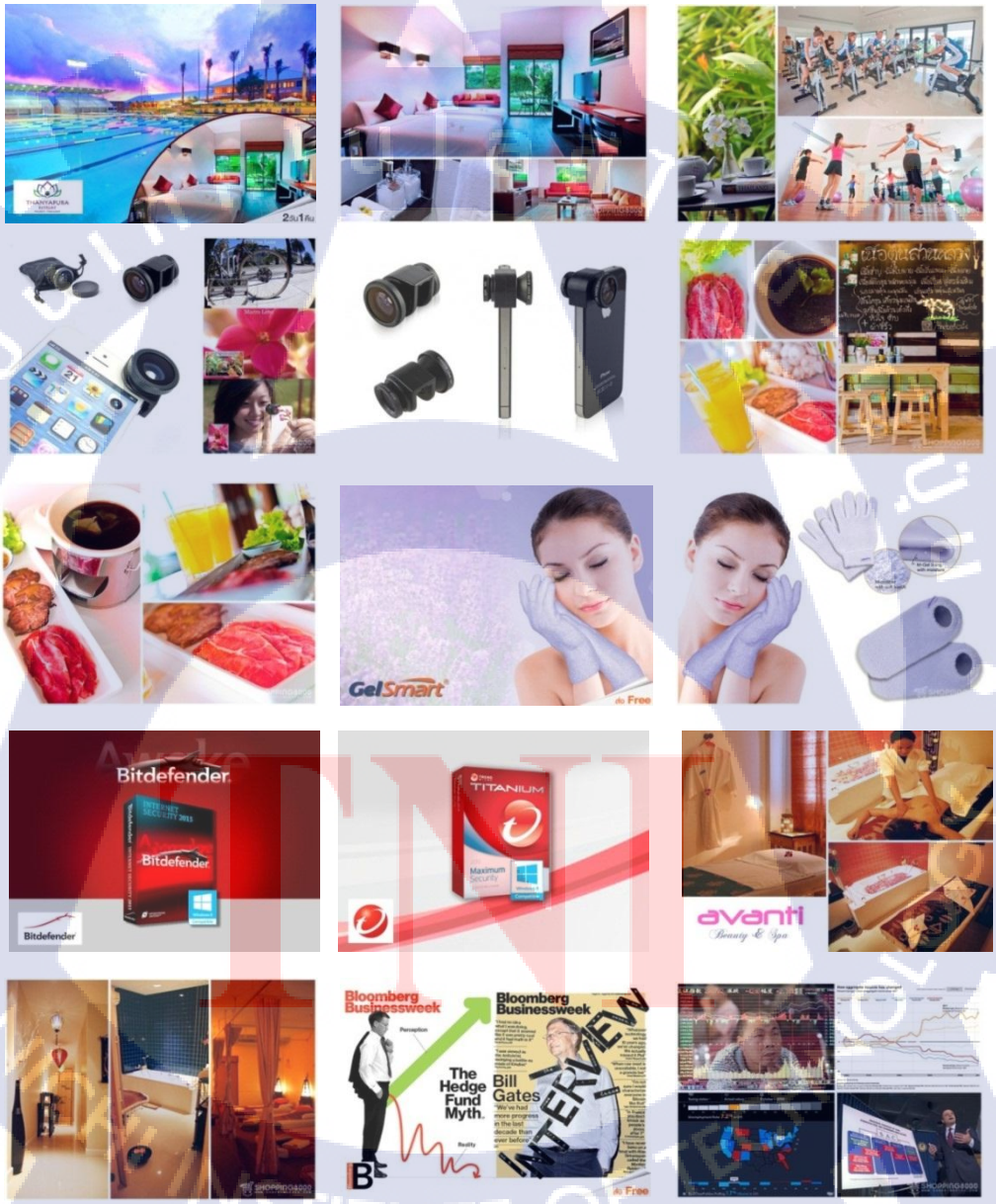
ภาพที่ 3.35 ทำ Banner “แกรมมี่ ฮอตสุดโค่ย”

ภาพที่ 3.36 ทำ Banner AIS Music Store “เพลง ดีพอให้รอไหม”

ภาพที่ 3.37 ทำ Banner AIS Music Store “เพลง ดาวเกี้ยวเดือน”

3.3.1.7 งานตกแต่งและจัดวางรูปภาพลงเว็บ Shopping8000

งานทำรูปเพื่อใช้ลงบนเว็บ Shopping8000 เป็นงานโฆษณา Deal ของแต่ละผลิตภัณฑ์ที่ได้มีการนำมาโฆษณาบนเว็บ ซึ่งแต่ละผลิตภัณฑ์จะมีรูปเพื่อดึงดูดความสนใจของคนที่เข้ามา ตกแต่งรูปและการจัดวาง รูปแบบเพื่อทำให้ดูน่าสนใจ และ ดึงดูดคนเพื่อจะให้ซื้อผลิตภัณฑ์จากทางเว็บ



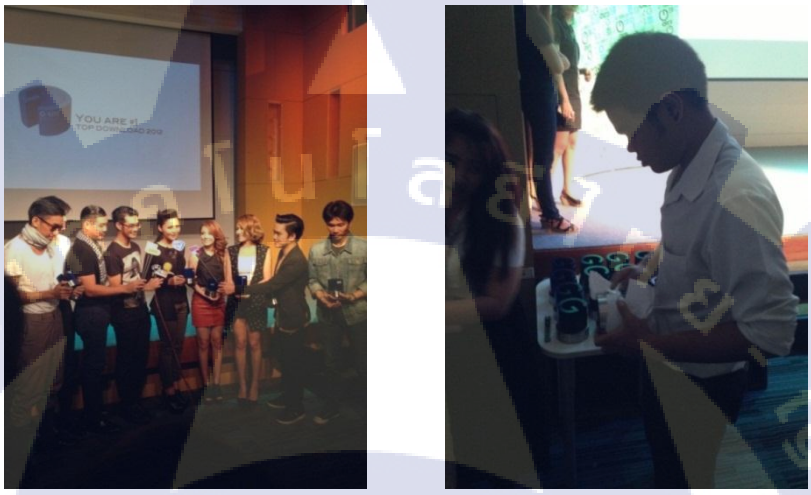
ภาพที่ 3.38 ภาพตัวอย่าง งานทำรูป Deal ลงเว็บ Shopping8000

ภาพที่ 3.39 ภาพตัวอย่าง งานทำรูป Deal ลงเว็บ Shopping8000

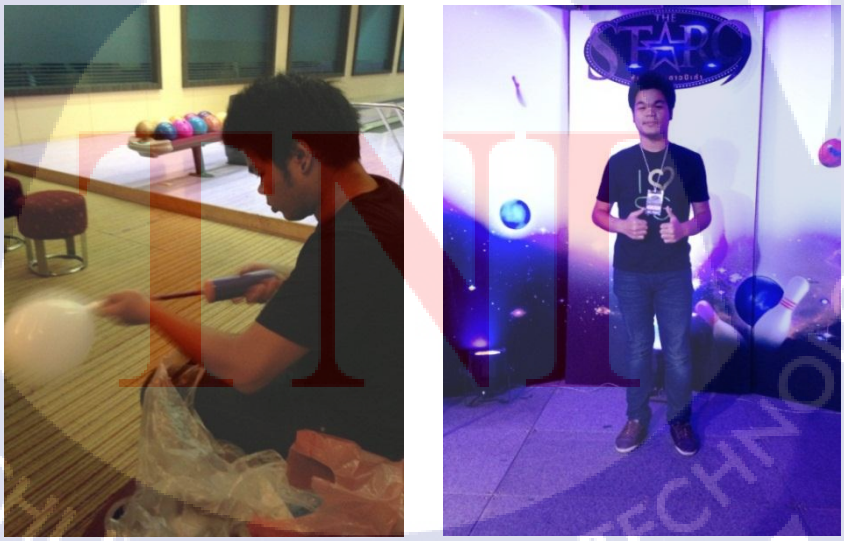
ภาพที่ 3.40 ภาพตัวอย่าง งานทำรูป Deal ลงเว็บ Shopping8000

3.3.1.8 ภาพการร่วมกิจกรรมต่างๆของบริษัท

นอกจากงานที่ต้องทำในแผนกแล้ว ทางแผนกจะมีงานอีเว้นต่างๆที่จัดทั้งในและนอกตึก GMM ซึ่งมีทั้งงานประกาศรางวัล งานอีเว้นพาผู้โลคดีพบกับดารานักร้องต่างๆ ตามที่มีการจัดทำโครงการต่างๆขึ้น



ภาพที่ 3.41 ช่วยงานประกาศผล เพลง Top download ครั้งที่ 1



ภาพที่ 3.42 STAFF งาน “The Star9 Super Bowl Party”

3.3.2 TVC โฆษณาการทำนายดวงของ อ.ทศพร ศรีตุลา (หมอช้าง)

หลังจากที่ได้ปรึกษากับผู้จัดการแผนก ทางผู้จัดการแผนกได้มอบหมายให้ จัดทำ TVC โฆษณาการทำนายดวงของ อ.ทศพร ศรีตุลา (หมอช้าง) ความยาว 30 วินาที จำนวนทั้งสิ้น 6 ชิ้น ขึ้น โดยใช้เทคนิคและเอฟเฟคต่างๆ เพื่อทำให้ตัว TVC ดูน่าสนใจมากขึ้น โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

3.3.2.1 ตรวจสอบไฟล์และเสียงที่ต้องนำมาใช้ประกอบ

เนื่องจากไฟล์ที่ต้องใช้ทำเป็นไฟล์วีดีโอฟุตเทจทั้งหมด 6 ชิ้น และไฟล์เสียงทั้งหมดแยกกันมาจึงต้องทำการทำการนำไฟล์เสียงและไฟล์วีดีโอฟุตเทจจับมา ต่อกันเพื่อให้เกิดความเข้ากันพอดีของการช่วงขึ้น TVC และช่วงจบของ TVC จึงต้องมีการตรวจสอบตัวไฟล์วีดีโอขึ้นเพื่อให้ไม่เกิดความผิดพลาดในชิ้นงานที่จะทำ ซึงไฟล์ที่นำมาใช้นั้นยังมีทั้งไฟล์ กราฟฟิก เพื่อนำมาใช้ประกอบตัว TVC

3.3.2.2 การหาไอเดียในการคิดรูปแบบในการนำเสนอ

เมื่อตรวจสอบไฟล์เสียงและวีดีโอแล้ว ก็ทำการหาไอเดียในการนำเสนอ เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ ดึงดูใจคนดูได้มากขึ้น โดยทำการหาไอเดียต่างๆจากคลิปใน Youtube เพื่อหารูปแบบการเคลื่อนไหวของตัวอักษร ไอเดียการนำเสนอต่างๆ เทคนิคการทำคลิปต่างๆให้ดูน่าสนใจ การผสมผสานงาน กราฟฟิกเข้ากับงานวีดีโอ

3.3.2.3 การเขียน StoryBorad คร่าวๆ

StoryBorad เป็นสิ่งหนึ่งที่จำเป็นในการทำงานเพื่อใช้ในการวางแผนและจัดรูปแบบการเคลื่อนไหวกราฟฟิก และการวางลูกเล่นในคลิปเพื่อให้เข้าใจง่ายและทำงานตามแผนงานในการปฏิบัติ ตามรูปแบบ StoryBorad ดังนี

3.3.2.4 การทำ Animation การเคลื่อนไหวและทำเอฟเฟคต่างๆในคลิป

ขั้นตอนนี้เป็นการใช้โปรแกรม Adobe After Effects CS6 ในการทำ Animation และทำเอฟเฟคต่างๆตามที่วาง StoryBorad ไว้

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

โครงงานนี้สิ่งสำคัญคือต้องสามารถถ่ายทอดให้ผู้ชมทราบถึงการโฆษณาทำนายดวง ดังนั้น การดำเนินเรื่อง, ภาพ, การเคลื่อนไหว และเสียง จึงต้องสอดคล้องกัน และ ง่ายต่อการทำความเข้าใจของผู้ชม

ภาพที่ 3.43 Screenshot TVC โฆษณาการทำนายดวงของ อ.ทศพร ศรีตุลา (หมอช้าง)

ภาพที่ 3.44 Screenshot TVC โฆษณาการทำนายดวงของ อ.ทศพร ศรีตุลา (หมอช้าง)

ภาพที่ 3.45 Screenshot TVC โฆษณาการทำนายดวงของ อ.ทศพร ศรีตุลา (หมอช้าง)

บทที่ 4
ผลการดำเนินงาน การวิเคราะห์และสรุปผลต่างๆ

4.1 ขั้นตอนและผลการดำเนินงาน

4.1.1 การหารูปแบบแนวคิดการเคลื่อนไหวและเอฟเฟคต่างๆ

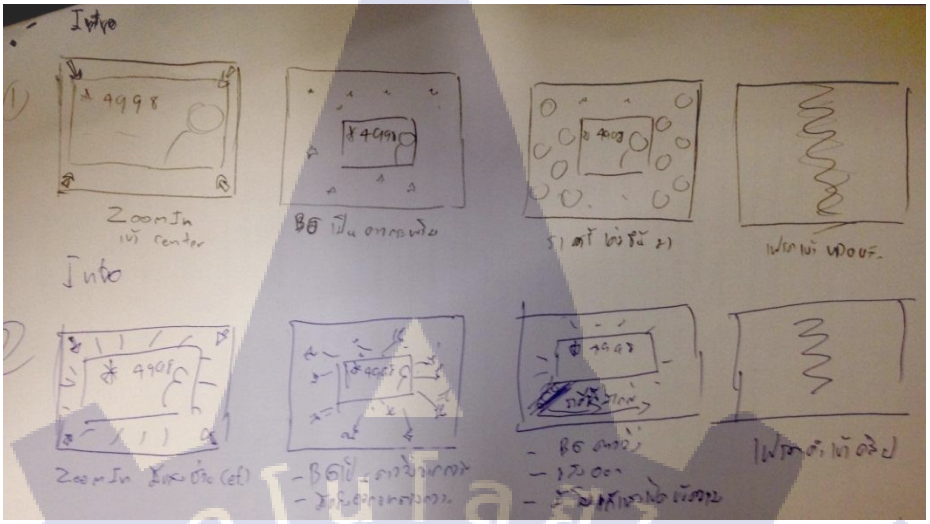
4.1.1.1 ดูรูปแบบการเคลื่อนไหวและรวบรวมข้อมูล จากคลิปวีดีโอใน Youtube เพื่อนำมาเป็นแนวคิดในการใช้เคลื่อนไหวตัวอักษร และ เป็นลูกเล่นในการใช้กับงานกราฟฟิก เช่น การทำตัวเลขให้เด้งขึ้นมารับขณะพูดเบอร์โทรศัพท์ หรือ การวิ่งตัวอักษรอย่างเร็วจากซ้ายและขวามาชะลอช้าตรงกลาง เป็นต้น

4.1.1.2 ส่วนในเรื่องเอฟเฟคนั้นก็เช่นกัน นั้นคือการรวบรวมข้อมูลและหาวีดีโอดูจาก Youtube เพื่อใช้เป็นแนวคิดและนำมาประยุกต์ ใช้ในฉากต่างๆ และเพื่อได้หาเอฟเฟคใหม่ๆที่น่าสนใจนำมาใช้ประกอบในงาน เพื่อให้งานออกมาดูแล้วน่าสนใจยกตัวอย่างเช่นการใช้เอฟเฟคแสงเข้ามาช่วยในการปรากฏขึ้นของภาพ และ การใช้เอฟเฟคสร้างดาวเพื่อให้เกิดความเคลื่อนไหว เป็นต้น

4.1.2 การวาง Storyboard

4.1.2.1 ช่วง Intro หรือ ช่วงเปิดของตัว TVC

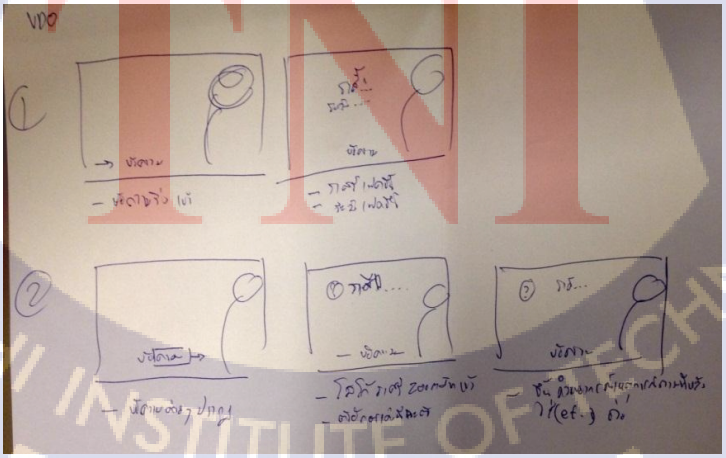
ซึ่งได้กำหนดมาให้ใช้ไฟล์รูปตัว โฆษณาการทำนายดวงของ อ.ทศพร ศรีตุลา (หมอช้าง) เป็นตัวเปิดในทุกๆครั้ง ซึ่งช่วงระยะเวลาที่กำหนดมาให้นั้นแล้วแต่ 0-4 วินาทีก่อนเข้าตัววีดีโอของหมอช้างซึ่งนอกจากตัวกราฟิกที่ใช้แล้วยังต้องมีข้อความเพื่อบอก เหตุการณ์ในแต่ล่ะราศีด้วย ซึ่งแนวคิดที่นำมาใช้คือ ต้องการให้พื้นหลังเป็นเหมือนดวงดาวในอวกาศ ที่วิ่งไปเรื่อยๆ และใช้เอฟเฟคแสงในการเปิดตัว โลโก้ หมอช้างขึ้นมาและใช้แสงเป็นตัวเปิดข้อความ ซึ่งแสงที่ใช้ในแต่ล่ะวีดีโอก็จะต่างกันไปตามความหมายของการทำนายดวงของวีดีโอนั้นๆ เพื่อสื่อถึงอารมณ์ของตัววีดีโอได้มากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 4.1 Storyboard เปิดของตัว TVC

4.1.2.2 ช่วง End หรือ ช่วงปิดของตัว TVC

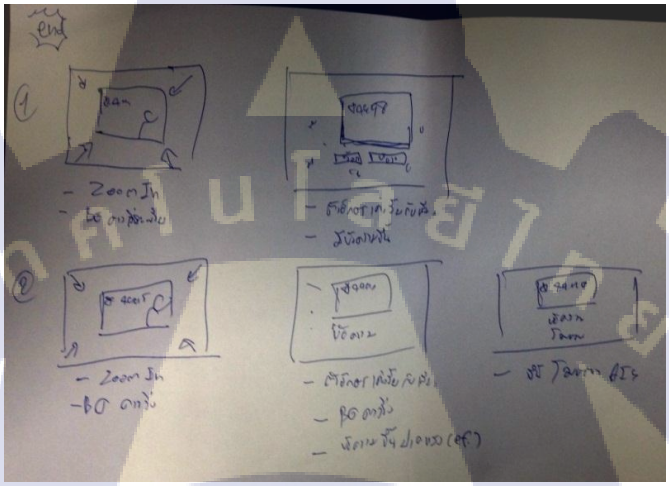
ช่วงปิดนี้ก็ได้กำหนดมาแล้วว่าให้ใช้กราฟิกโลโก้ของหมอช้างซึ่งมีตัวเลขของเบอร์โทรมาใช้ประกอบ และมีกราฟิกของตัวอักษร โฆษณาราคา และโลโก้ของค่ายมือถือต่างๆประกอบ ซึ่งได้ใช้แนวคิดคลายๆกับช่วงเปิดของตัว TVC ซึ่งใช้ พื้นหลังเป็นดาวเหมือนกัน แต่ตัวจบนี้จะเน้นโลโก้และเบอร์โทรเป็นหลักและรองลงมาคือเน้นราคาของการโทร ฉากจบนี้ได้ออกแบบให้มีการเด้งตัวเลขของเบอร์โทรขึ้นมารับกับเสียงช่วงจบและขยายส่วนของราคาขึ้นมาให้ใหญ่ขึ้นตามลำดับ



ภาพที่ 4.2 Storyboard ปิดของตัว TVC

4.1.2.3 ช่วงของตัว TVC

ช่วงกลางของตัว TVC กำหนดให้ขึ้นข้อความ ดูดวงและเบอร์โทรติดต่อ นอกเหนือจากนั้นให้ใช้แนวคิดในการออแบบเอง ซึ่งได้คิดแนวคิดไว้ว่าจะใช้การเคลื่อนที่ของ Motion text เพื่อใช้ให้เกิดความน่าสนใจของงาน โดยจะใช้กับตัวชื่อของราศีนั้นๆ และโลโก้แต่ล่ะราศี และข้อความเหตุการณ์ของแต่ละราศี



รูปที่ 4.3 Storyboard ตัว TVC

4.1.3 เตรียมข้อความที่ต้องใช้ในแต่ล่ะฉาก

ข้อความที่นำมาใช้ในฉากได้ถูกกำหนดมาให้แล้วจากลูกค้า โดยจะมีข้อความแบ่งได้ดังนี้

4.1.3.1 ช่วงเปิดของตัว TVC จะขึ้นข้อความเหตุการณ์ของแต่ล่ะราศี ดังนี้

ราศีเมถุน – ระวังอุบัติเหตุเสียทรัพย์

ราศีมังกร – ราศีมีโชคลาภ

ราศีพิจิก – ราศีที่มีปัญหาเรื่องการงาน

ราศีกันย์ – ราศีที่มีเกณฑ์พบรัก

ราศีตุลย์ – ราศีที่มีปัญหาเรื่องความรัก

ราศีมีน – ราศีโดดเด่น รุ่งที่สุด

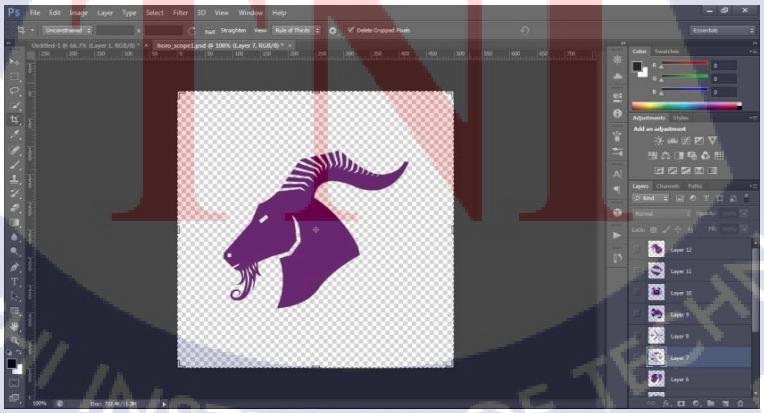
4.1.3.2 ช่วงกลางของตัว TVC จะมีการขึ้นชื่อของแต่ล่ะราศี และเหตุการณ์ที่จะเกิด และจะมีข้อความที่กำหนดต้องขึ้นทุกตัวของ TVC คือ “ดูดวงได้ 24 ชม. *4998 โดย อ.ทศพร ศรีตุลา”

4.1.3.3 ช่วงจบของตัว TVC จะมีไม่มีข้อความขึ้น แต่จะใช้เป็น รูปกราฟิกจาก Photoshop แทน

4.1.4 การเตรียมภาพทั้งหมดที่ใช้ประกอบ TVC

ไฟล์ ภาพที่จะนำมาใช้ทั้งหมดในตัว TVC จะอยู่ในรูปของไฟล์ .psd เพื่อนำมาใช้ในการนำลงในโปรแกรม Adobe After Effect เพื่อง่ายในการจัดทำและการแก้ไข ซึ่งรูปที่นำมาใช้จะมีรูปที่เป็นข้อความและตัวกราฟิกต่างๆ

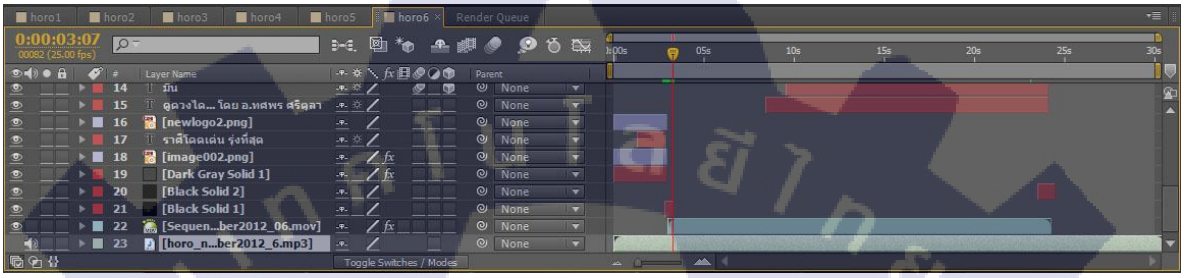
รูปที่ 4.4 ภาพที่ใช้ในการประกอบทำ TVC



รูปที่ 4.5 ภาพที่ใช้ในการประกอบทำ TVC

4.1.5 การนำไฟล์วีดีโอมารวมกับเสียง

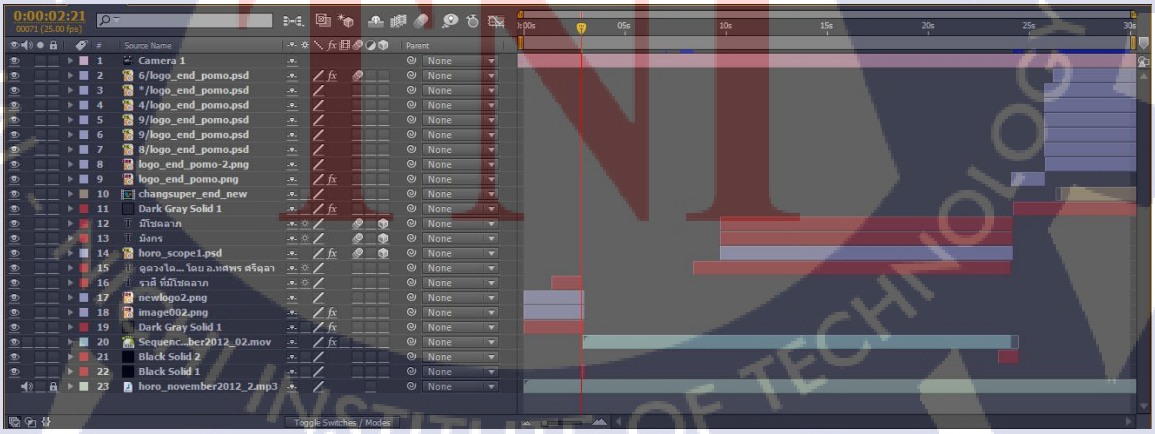
ไฟล์วีดีโอที่ได้มานั้น ต้องนำมารวมกับไฟล์เสียงที่ได้ทำแยกมา ซึ่งไฟล์เสียงตัวนี้จะมีเสียงช่วงเปิดและปิดของตัววีดีโอมาแล้ว จึงต้องทำการเอาวีดีโอมามิกเสียงให้เข้ากัน เพื่อจะได้นำมาใช้ในการ Animation ตัวข้อความ รูปกราฟิก และเอฟเฟค เข้าไปเพื่อให้สอดคล้องและเข้ากับเสียงและตัวภาพของตัว TVC เพื่อได้ออกมาอย่างสมบูรณ์



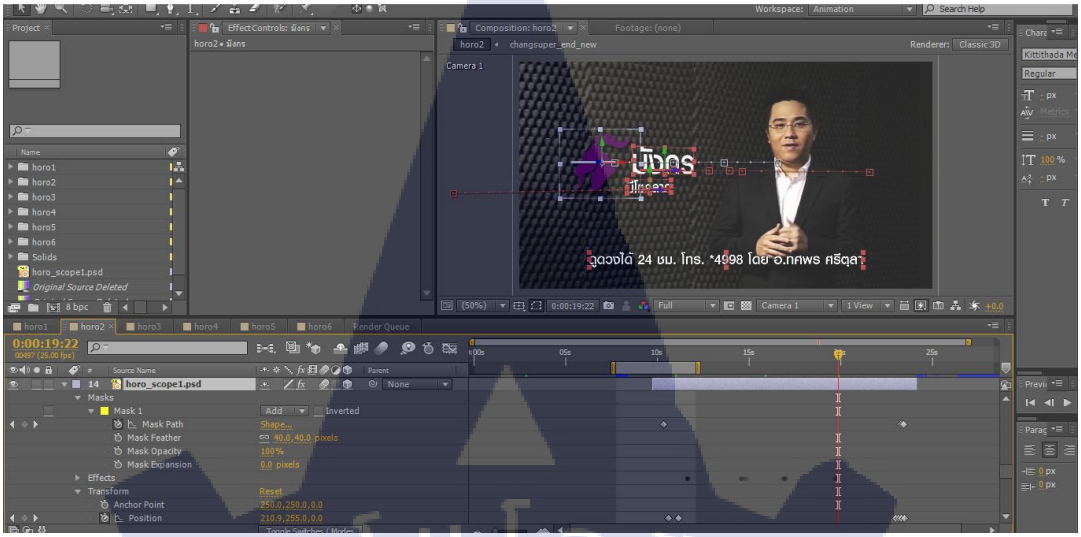
ภาพที่ 4.6 การใส่เสียงโปรแกรม Adobe After Effect

4.1.6 การทำ Animation และใส่ เอฟเฟค

ขั้นตอนนี้เป็นการนำภาพชิ้นส่วน, องค์ประกอบต่างๆ และฉากที่ออกแบบไว้ มาทำการ Animate และสร้างสรรค์ โดยใช้ Adobe After Effect อีกทั้งยังมีการใส่เอฟเฟคต่างๆ เพื่อสร้างสรรค์งานออกมาให้สวยงาม โดยจะมีการแบ่งออกเป็นฉาก เพื่อให้ง่ายต่อการเรียบเรียง และแก้ไข



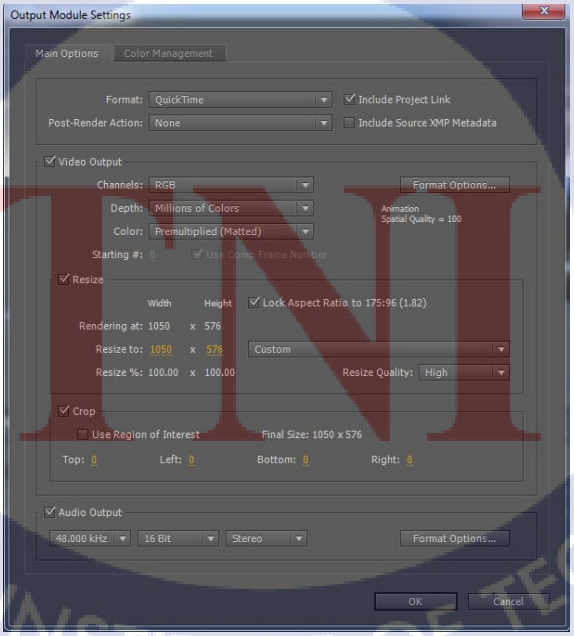
ภาพที่ 4.7 การนำแต่ละฉากที่แบ่งไว้มาเรียงลำดับตามโครงเรื่อง



ภาพที่ 4.8 การสร้าง Animation ภาพและข้อความ ด้วยโปรแกรม Adobe After Effects

4.1.7 การ Render

ทำการเรียบเรียงฉากต่างๆและทำการ Render เพื่อนำไปใส่เสียงต่อไป โดย Render ขนาด 1050*576 Pixels และเลือกใช้ Format MOV เพื่อให้ได้ไฟล์ที่มีการสูญหายของข้อมูลน้อยที่สุด



ภาพที่ 4.9 การตั้งค่า Output File ที่ต้องการ Render (Adobe After Effects)

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.2.1 วิเคราะห์ด้านการดำเรื่อง

ตัวโฆษณาสามารถดึงดูดคนดูและสร้างจุดเด่นให้กับโฆษณาชิ้นนี้และสามารถสื่อถึงเหตุการณ์ในการทำนายดวงของแต่ละราศี รวมถึงเบอร์ที่สามารถติดต่อในการโฆษณาชิ้นนี้

4.2.2 วิเคราะห์ด้านภาพและการเคลื่อนไหว

ภาพและการเคลื่อนไหวสามารถถ่ายทอดสิ่งที่มีอยู่ในตัวโฆษณาได้และสามารถสื่อถึงคนในแต่ละราศีได้อย่างชัดเจน เพราะใช้ทั้งสีที่บอกถึงความหมายของเหตุการณ์ในแต่ละราศี รวมทั้งมีข้อความและรูปภาพที่จะใช้สื่อ ตัวราศีให้ชัดเจนยิ่งขึ้น รวมทั้งยังใช้เอฟเฟคและลูกเล่นต่างๆมาดึงจุดขาย ทั้งเบอร์โทร และ ราคาได้ชัดเจนและเป็นจุดเด่นยิ่งขึ้น

4.2.3 วิเคราะห์ด้านเสียง

เสียงเป็นอีกส่วนสำคัญในการทำตัว โฆษณาชิ้นนี้ เพราะ ทั้งเสียงพากย์และเสียงพูดของหมอช้างนั้น เวลาทำตัวภาพหรือข้อความที่จะใช้นำเสนอ ต้องออกแบบงาน ภาพและเสียงสอดคล้องกันไปอย่างพอดี เพื่อเวลาที่ดูจะได้ออกมาอย่างมีคุณภาพมากขึ้น

4.3 วิจารณ์ข้อมูลโดยเปรียบเทียบผลที่ได้รับกับวัตถุประสงค์และจุดมุ่งหมายการปฏิบัติงานหรือการจัดทำโครงงาน

จากวัตถุประสงค์ในการทำโครงงาน โฆษณาการทำนายดวงของ อ.ทศพร ศรีตุลา (หมอช้าง) สามารถเปรียบเทียบกับผลที่ได้รับดังต่อไปนี้

4.3.1 สามารถสื่อถึงเหตุการณ์ในแต่ละราศีได้เป็นอย่างดี

เนื่องจากจุดขายของการโฆษณาชิ้นนี้คือการทำนายดวง จึงต้องทำให้กระชับและเข้าใจง่าย จึงใช้ข้อความและรูปภาพสั้นๆเพื่อ ให้คนที่มาดูเห็นและเข้าใจได้ง่าย

4.3.2 สามารถทำให้คนที่มาดูจดจำเบอร์ที่สามารถติดต่อได้

จากตัวโฆษณานั้น หลักๆแล้วจะเป็นการขายเพื่อให้คนโทรเข้ามาฟังการทำนายดวงจึงต้องให้โลโก้หมอช้างและเบอร์ออกมาได้เด่นและชัดเจน และเนื่องด้วยตัวโฆษณาชิ้นนี้จะสโลแกนที่ว่า “รู้ก่อนแก้ไขได้ กับ *4998” ซึ่งคาดว่าน่าจะทำให้ติดตาและติดหูคนที่ดูได้

4.3.3 เข้าใจถึงกระบวนการทำงานโฆษณาตามขั้นตอน

สามารถทำงานตามกระบวนการของบริษัท และกระบวนการการสร้างสรรค์งานนั้นได้อย่างถูกต้อง เช่น การเข้ารับฟังงาน การวาง Storyboard การลงมือทำ และการส่งงานเพื่อตรวจสอบและแก้ไขงาน เป็นต้น

4.3.4 มีความคิดในการออกแบบงานกราฟิกและการออกแบบโฆษณาที่หลากหลาย

มีความคิดและการดีไซต์งานรูปแบบใหม่ๆมากขึ้น และ มีการแก้ไขงานอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ได้งานที่ออกมาอย่างมีคุณภาพและมีการพัฒนาการ ดีไซต์ผลงานรูปแบบใหม่ๆเสมอ ทั้งงานวีดีโอและงานด้านกราฟิก

4.3.5 สามารถมองหาและเลือกจุดเด่นของงานแต่ละชิ้นได้

เมื่อได้ทำงานมากขึ้นก็จะสามารถมองถึงจุดเด่นในงานแต่ละชิ้นได้ ว่างานชิ้นนี้ต้องการจะขายอะไร หรือต้องการที่จะให้อะไรเกิดเป็นจุดสนใจ อะไรเป็นจุดรองลงมา เพื่อให้แต่และองค์ประกอบไม่เกิดการเท่ากันมีหนักมีเบา ตามความต้องการของลูกค้า

4.3.6 มีการพัฒนาการใช้โปรแกรมในการทำงานที่ดีขึ้น

มีการพัฒนาการใช้โปรแกรมในการทำงานที่มากขึ้นซึ่งได้จากการเรียนรู้จากการทำงานจริงในที่ทำงานสามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อให้การทำงานออกมาได้อย่างรวดเร็ว และสามารถทำงานออกมาได้อย่างมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการดำเนินโครงงาน

การดำเนินงานการสร้าง TVC โฆษณาการทำนายดวงของ อ.ทศพร ศรีตุลา (หมอช้าง)นี้ชิ้นนี้ขึ้นมานั้นเป็นไปได้ด้วยดีตามแผนที่วางไว้ สามารถสื่อถึงจุดเด่นจุดด้อยจุดขายของในแต่ละฉากได้

ซึ่งปัญหาที่พบในการดำเนินงานอย่างแรกที่พบคือ ต้องออกแบบการนำเสนอข้อความ รูปภาพเพื่อให้ดูออกมาแล้วน่าสนใจ และการเลือกหาเอฟเฟคที่เลือกมาใช้ให้เหมาะสม จึงใช้เวลาในการคิดและหาแนวคิดค่อนข้างนาน และมีการแก้ไขเรื่อยๆ ปัญหาที่สองที่พบนั้นคือการจัดวางของข้อความและรูปภาพในตัวของวีดีโอเพื่อทำให้งานออกมาดูแล้วน่าสนใจสามารถสื่อถึงจุดเด่นจุดรองในฉากแต่ล่ะฉากได้ และปัญหาสุดท้ายนั้นก็คือการทำให้ช่วงเสียง ภาพ และข้อความ ออกมาตรงกันพอดี ออกมาอย่างถูกช่วง เรื่องนี้มีการแก้ไขเรื่อยๆปรับเปลี่ยนเรื่อยๆจนงานออกมาได้ดีที่สุด

5.2 แนวทางการแก้ไขปัญหา

ปัญหาต่างๆข้างต้น สามารถแก้ไขได้โดยการศึกษาจากภาพยนตร์, การ์ตูน หรือสื่อโฆษณาต่างๆเพื่อนำมาเป็นกรณีศึกษาให้การดำเนินงานครั้งต่อๆไปมีคุณภาพ และมีความรวดเร็วในการทำงานที่มากขึ้น รวมถึงการปรึกษาผู้มีประสบการณ์ ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจและแก้ไขปัญหาต่างๆได้ตรงจุดและรวดเร็วมากขึ้น

5.3 ข้อเสนอแนะจากการดำเนินงาน

ในการดำเนินงานใดๆก็ตาม ควรมีการวางแผนงานที่ดีและรัดกุม รวมถึงมีแผนสำรองในกรณีที่การดำเนินงานไม่เป็นไปตามแผนที่วางเอาไว้ และการที่จะวางแผนงานที่ดีและรัดกุมได้ จำเป็นต้องมีการศึกษาจากตัวอย่างหรือกรณีศึกษา เพื่อนำมาปรับใช้และพัฒนาการดำเนินงานให้งานที่ได้ออกมามีคุณภาพมากที่สุดและนอกจากการวางแผนที่ดีแล้ว การศึกษาหาความรู้เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงานเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งจะทำให้การดำเนินงานมีคุณภาพและเป็นไปอย่างรวดเร็วมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

1. Ajnat, 2011, **พื้นฐานงานโฆษณา** [Online], Available: http://etcserv.pnru.ac.th/pcc/Newnat/ad1-2.html#13 [2013, September 1]
2. นางสุปรีดี สุวรรณบูรณ์, 2011, **การใช้ภาษาในการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์**[Online], Available: http://www.ipesp.ac.th/learning/thai/chapter7-1.html [2013, September 5]
3. บริษัท บุฟเฟต์ เฟมัส จำกัด, 2012, **การสร้างสรรค์งาน ออกแบบโฆษณา**[Online], Available: http://www.buffetfamous.com/th/knowledge_page/267/13 [2013, September 10]
4. ธันยพัฒน์ วงศ์รัตน์, 2010, **คู่มือการใช้งาน Photoshop CS6,** พิมพ์ครั้งที่ 1,สำนักพิมพ์ สวัสดีไอที, กรุงเทพมหานคร, หน้า 68-153.
5. พูนศักดิ์ ธนพันธ์พาณิช, 2009, **คู่มือการใช้งาน Premiere Pro CS5,** พิมพ์ครั้งที่ 1,สำนักพิมพ์เอส.พี.ซี.บุ๊คส์., กรุงเทพมหานคร, หน้า 43-120.
6. Warunya Bunyakiet, 2012, **แนะนำโปรแกรมต่างๆจากค่าย Adobe ว่าแต่ละโปรแกรมใช้ทำอะไรกันบ้าง**[Online], Available: http://warunya2.blogspot.com [2013, September 10]
7. ณัฐพงศ์ วณิชชัยกิจ, 2010, **After Effects CS6 essential**, พิมพ์ครั้งที่ 1, สำนักพิมพ์ DigiArt, กรุงเทพมหานคร, หน้า 30-150.
8. TogRocker™ , 2013, **แจกและวิธีลง Adobe After Effect Cs5.5 & Key + Plugins Twich,Optical flare** [Online], Available: http://www.youtube.com/watch?v=7OWtDJ7uw88 [2013, September 11]
9. JSWoodhams , 2013, **How To Convert 2D photos to 3D in After Effects** [Online], Available: http://www.youtube.com/watch?v=hBp55B2Ff-w&list=FLa5Ku-euoHuK-wC38VigpA&index=1 [2013, September 11]
10. KatyPerryVEVO , 2012, **Katy Perry - Part Of Me (Lyric Video)** [Online], Available: http://www.youtube.com/watch?v=2Fko7_SV3Lc&list=PLizDbiR-2nomyAuQpXMTYZK-Fu26yiaqT&index=5 [2013, September 15]
11. Shell Heaven Lee , 2006, **FF Din typeface - Motion Graphics assessment** [Online], Available: http://www.youtube.com/watch?v=aHSPqs5Py2s&list=PLizDbiR-2nomyAuQpXMTYZK-Fu26yiaqT [2013, September 15]

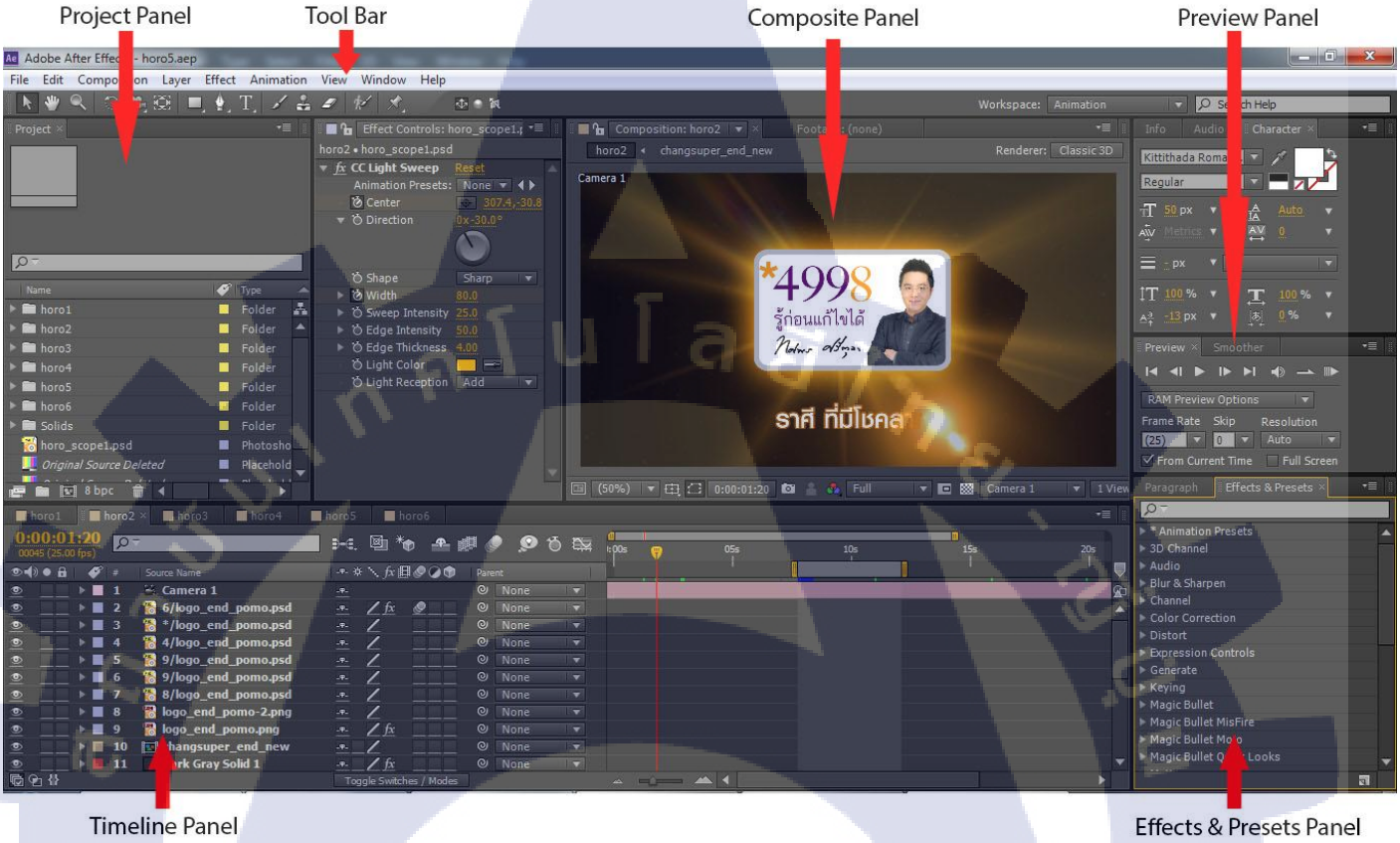
12. Shell Heaven Lee , 2006, **FF Din typeface - Motion Graphics assessment** [Online], Available: http://www.youtube.com/watch?v=aHSPqs5Py2s&list=PLizDbiR-2nomyAuQpXMTYZK-Fu26yiaqT [2013, September 20]
13. thevfxbro , 2013, **After Effects Tutorial - Basic Typography & Motion Graphics** [Online], Available: http://www.youtube.com/watch?v=F3h2pbZkMT4&list=PLizDbiR-2nomyAuQpXMTYZK-Fu26yiaqT [2013, September 21]
14. Tootorials , 2011, **Starry Sky - After Effects Tootorial** [Online], Available: http://www.youtube.com/watch?v=Oyv5y46EaTQ&list=PLizDbiR-2nomyAuQpXMTYZK-Fu26yiaqT [2013, September 21]
15. MEAxMasterElite, 2011, **How To Use Video Copilot (Optical Flares) :: An Adobe After Effects Tutorial :: (HD)** [Online], Available: http://www.youtube.com/watch?v=wfL1HpbVzPU [2013, September 23]
16. Jose Lugo, 2010, **Adobe After Effects CS5 Tutorial - How to make a Simple Explosion** [Online], Available: http://www.youtube.com/watch?v=F59H18dbqEI [2013, September 23]

ภาคผนวก

ก. การใช้งาน Adobe After Effects เบื้องต้น

การใช้งาน Adobe After Effects เบื้องต้น

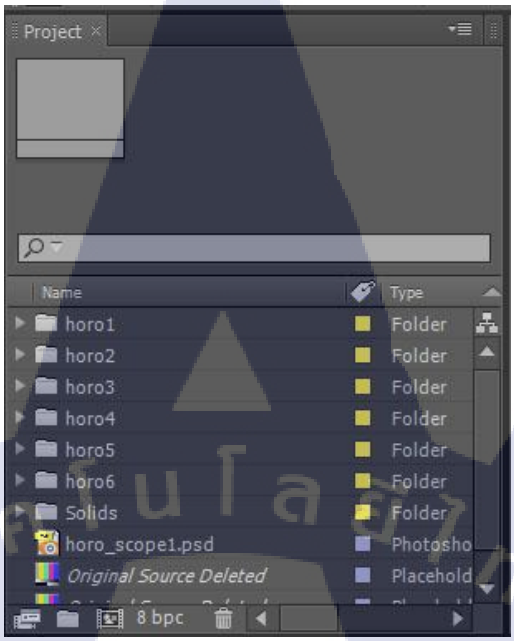
ก.1 User Interface ของโปรแกรม Adobe After Effect



ภาพที่ ก.1 User Interface ของโปรแกรม Adobe After Effects

ก.1.1 Project Panel

เป็นหน้าต่างที่เก็บวัตถุทุกอย่างที่ใช้ในงาน ไม่ว่าจะเป็นภาพ, เสียง หรือวีดีโอ และแสดงรายละเอียดของวัตถุนั้นๆที่ส่วนบนของ Panel



ภาพที่ ก.2 Project Panel

ก.1.2 Toolbar

เป็น Panel ที่เก็บเครื่องมือที่ใช้ในการทำงานใน Composite Panel โดยมีเครื่องมือที่ใช้งานบ่อยๆดังนี้

ภาพที่ ก.3 Toolbar Panel

1) Selection Tool เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเลือก, เคลื่อนย้ายตำแหน่ง และปรับขนาดวัตถุ

2) Rotation Tool เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการหมุนวัตถุ

3) Pan Behind Tool เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการย้ายจุดหมุนของวัตถุ

4) Rectangle Tool เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสร้างรูปทรงเรขาคณิต ในที่นี้เป็นเครื่องมือใช้ในการสร้างสี่เหลี่ยม นอกจากนี้ยังสามารถใช้ในการสร้าง mask เพื่อกำหนดขอบเขตการแสดงผลของวัตถุได้อีกด้วย

5) Pen Tool เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสร้างรูปทรงอิสระ และสามารถสร้าง mask ได้เช่นเดียวกับ Regtangle Tool

6) Text Tool เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการพิมพ์ตัวอักษร

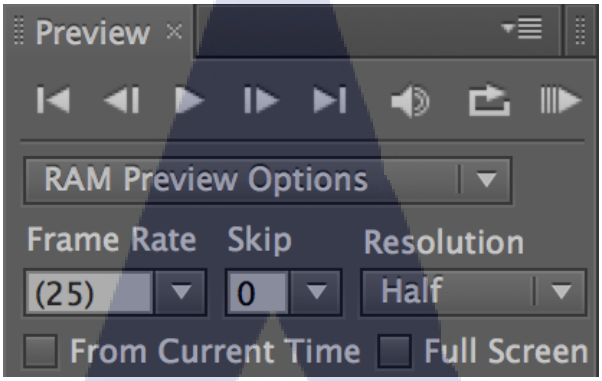
ก.1.3 Composite Panel

เป็น Panel ที่แสดงผลซึ่งทำงานควบคู่กับพารามิเตอร์ของวัตถุใน Timeline Panel ซึ่งเราสามารถจัดการกับวัตถุโดยตรงใน Panel นี้ด้วย

ภาพที่ ก.4 Composite Panel

ก.1.4 Preview Panel

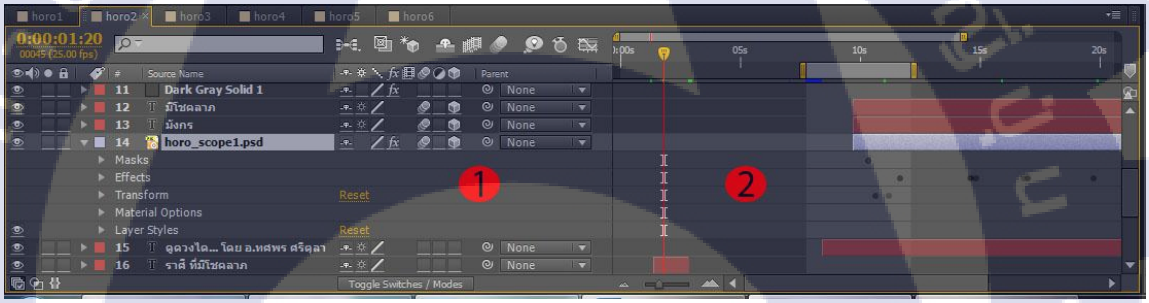
เป็น Panel ในการควบคุมการแสดงผลตัวอย่างงาน ซึ่งเราสามารถควบคุมคุณสมบัติ การแสดงผลได้ว่าต้องการแสดงผลที่ความละเอียดเท่าไหร่ หรือ Frame rate เท่าไหร่ จะแสดงผลเต็มหน้าจอหรือไม่



ภาพที่ ก.5 Preview Panel

ก.1.5 Timeline Panel

เป็นส่วนที่แสดงค่าพารามิเตอร์ของวัตถุแต่ละชิ้น และระยะเวลาที่ปรากฏใน Timeline



ภาพที่ ก.6 Timeline Panel

ส่วนที่ 1 เป็นส่วนที่แสดงค่าพารามิเตรอ์ของวัตถุ ได้แก่

1) Anchor Point: จุดหมุนของวัตถุ มีค่าเป็นพิกัดตามแกน x,y ในกรณีที่เป็นวัตถุ 2 มิติ และ x,y,z ในกรณีที่เป็นวัตุ 3 มิติ

2) Position: ตำแหน่งของวัตถุ มีค่าเป็นพิกัดเช่นเดียวกับ Anchor Points

3) Scale: ขนาดของวัตถุ มีหน่วยเป็นเปอร์เซนต์

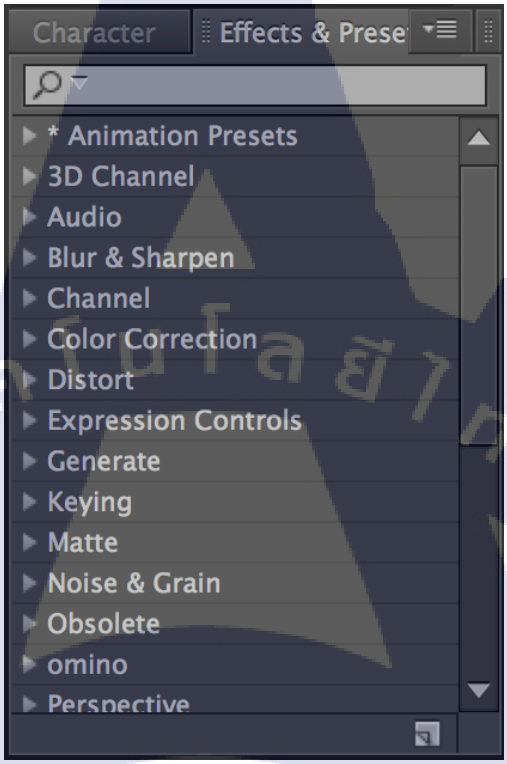
4) Rotation: ค่าองศาการหมุนของวัตถุ มีหน่วยเป็นองศา

5) Opacity: ค่าความโปร่งใส มีหน่วยเป็นเปอร์เซนต์ ค่ายิ่งน้อยวัตถุยิ่งโปร่งใส

ส่วนที่ 2 เป็นส่วนที่แสดงระยะเวลาที่วัตถุปรากฏบน Timeline โดยมีลักษระเป็นกราฟแท่ง ที่ผู้ใช้สามารถย่อหรือขยายได้

ก.1.6 Effects & Presets Panel

เป็นหน้าต่างที่ใช้ในการค้นหา Effect และ Preset ต่างๆที่จะนำมาใช้กับงาน ซึ่งผู้ใช้สามารถลากชื่อของ Effect หรือ Preset ที่ต้องการไปยังวัตถุได้โดยตรง



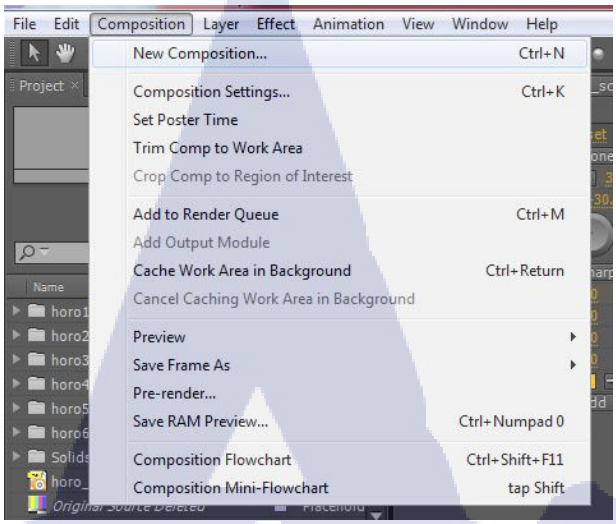
ภาพที่ ก.7 Effects & Presets Panel

ก.2 การสร้าง Keyframe Animation เบื้องต้น

ก.2.1 การสร้าง Composition

Composition คือ ฉาก 1 ฉากในงานของเรา ซึ่งทำหน้าที่เป็นเหมือนกล่องที่เก็บวัตถุต่างๆ ในงาน ไม่ว่าจะเป็นภาพ, เสียง, วีดีโอ, ซึ่งในงานหนึ่งๆ สามารถมีได้หลาย Composition เราสามารถสร้าง Composition ได้ 3 วิธี

1) ที่ Menu Bar ด้านบนไปที่ Composition-> New Composition



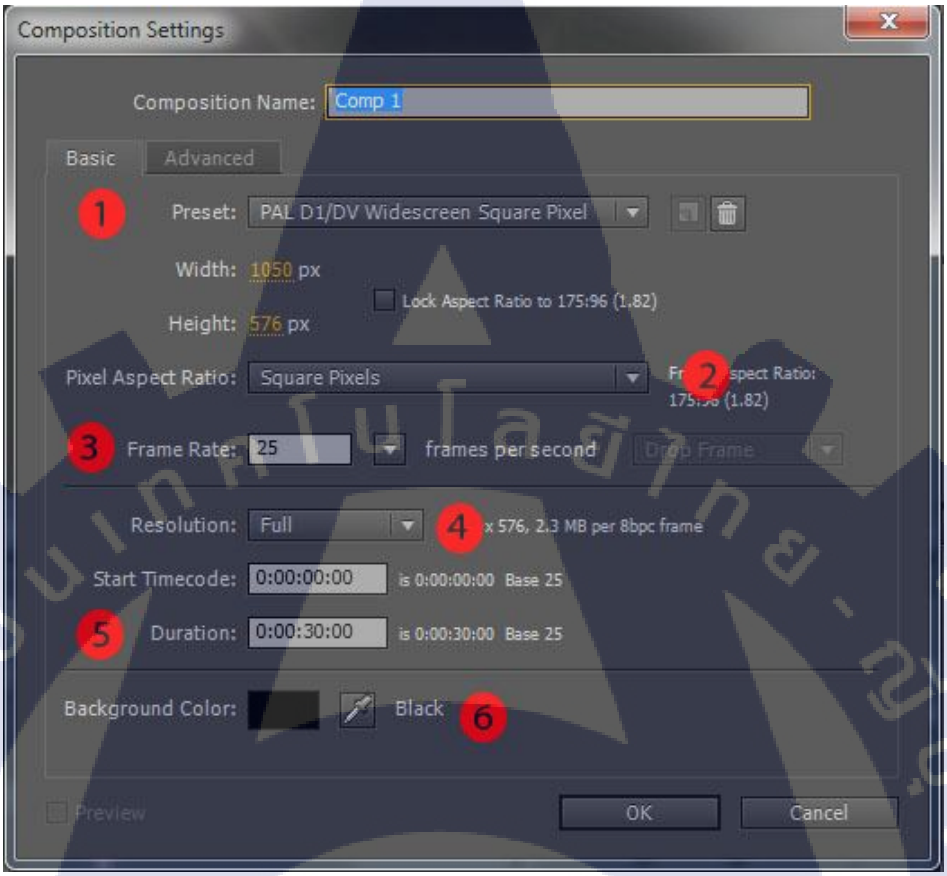
ภาพที่ ก.8 การสร้าง Composition วิธีที่ 1

2) ที่ Project Panel ให้กดที่ Icon รูปแผ่นฟิล์ม

ภาพที่ ก.9 การสร้าง Composition วิธีที่ 2

3) กดคีย์ลัด Ctrl+N

เสร็จแล้วจะมีหน้าต่างให้ตั้งค่าของ Composition ดังนี้



ภาพที่ ก.10 หน้าต่างในการตั้งค่า Composition

1) Preset: เป็นค่ามาตรฐานในการแสดงผล ซึ่งมีให้เลือกอยู่หลายมาตรฐาน ถ้าไม่ต้องการสร้าง Composition ตามขนาดมาตรฐาน สามารถกำหนดค่าเองได้ในส่วนของ Width และ Height

2) Pixel Aspect Ratio: ค่าอัตราส่วนระหว่างความกว้างและความสูง

3) Frame Rate: จำนวนเฟรมที่แสดงผลใน 1 วินาที

4) Resolution: เป็นการกำหนดความละเอียดของการแสดงผลในระหว่างทำงาน

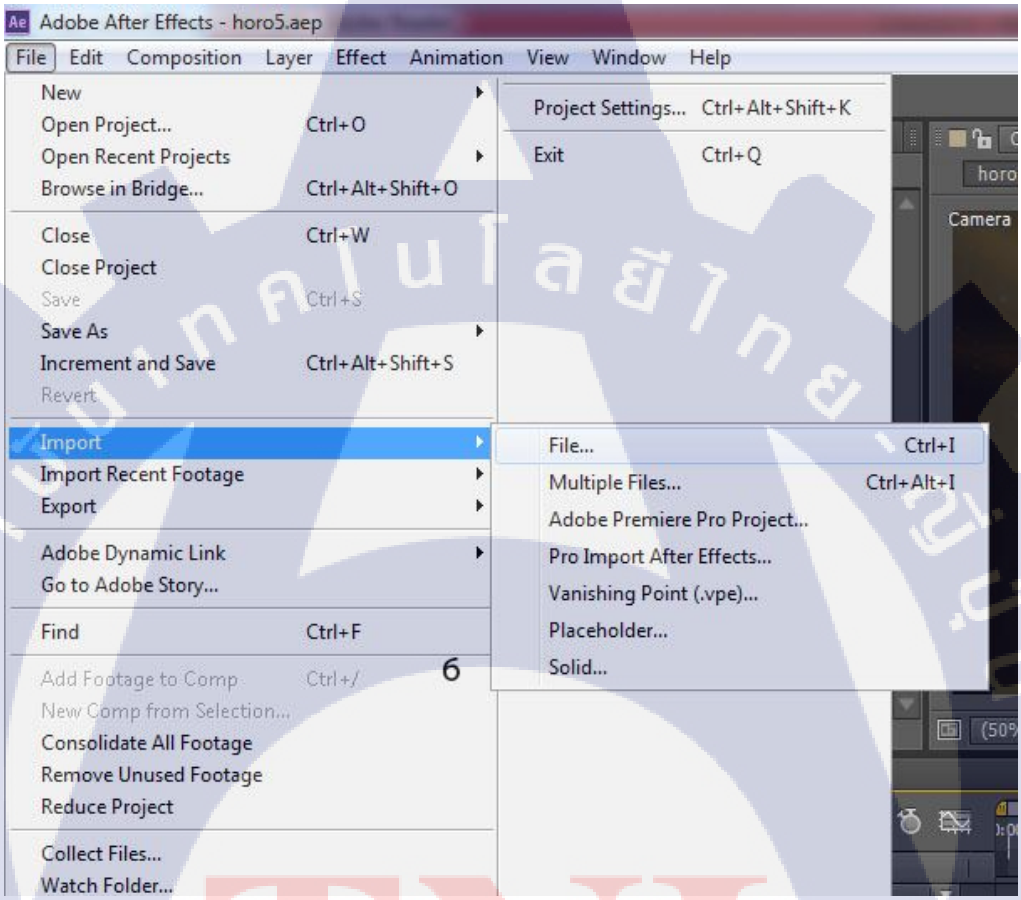
5) Duration: ระยะเวลาหรือความยาวของงาน

6) Background Color: สีพื้นหลังของ Composition

ก.2.2 การ Import File เข้ามาใช้ในงาน

ในการสร้าง Animation ถ้าต้องการ Import File เข้ามาใช้ในงาน สามารถทำได้ 2 วิธี

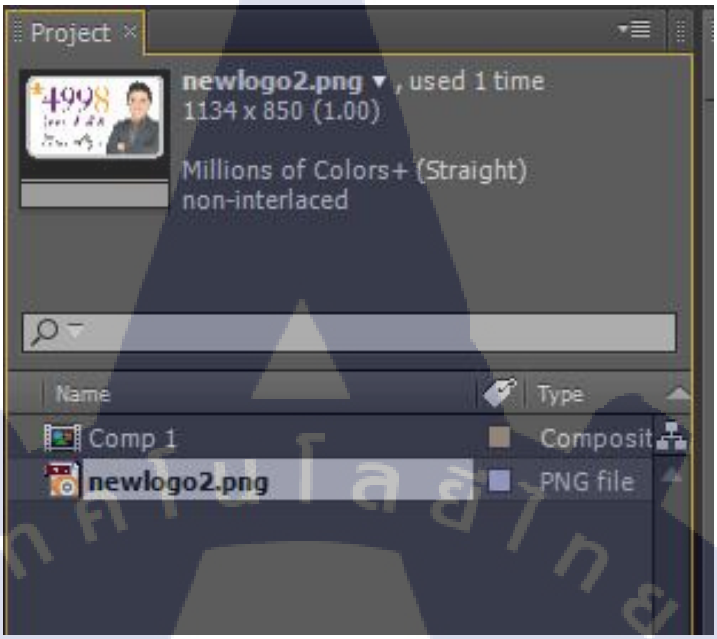
1) ที่ Menu Bar ด้านบนไปที่ File -> Import -> Import File



ภาพที่ ก.11 การ Import File วิธีที่ 1

2) กดคีย์ลัด Ctrl+I

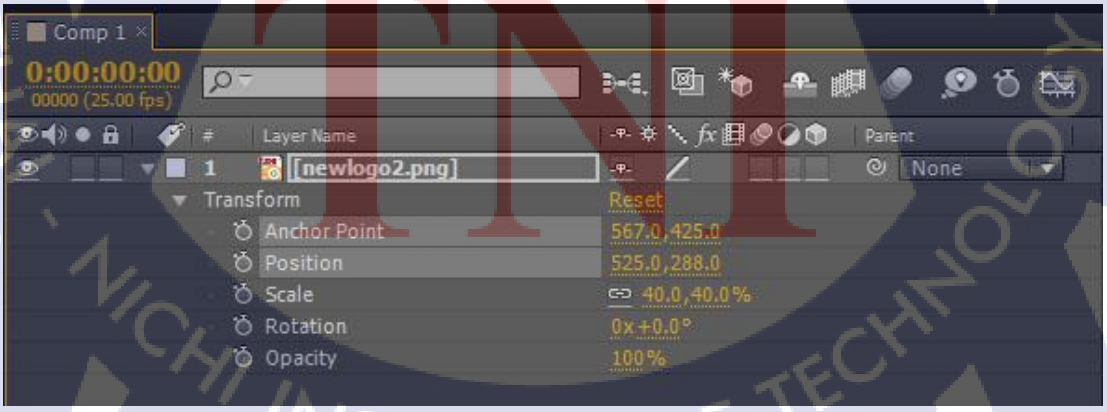
จากนั้นก็ทำการเลือกไฟล์ที่ต้องการ หลังจากนั้นไฟล์จะปรากฏที่ Project Panel ให้ทำการลากมาวางใน Timeline Panel เพื่อใช้งานต่อไป



ภาพที่ ก.12 File ที่ Import เข้ามาใน Project Panel

ก.2.3 การย้ายจุดหมุนของวัตถุ

หลังจากที่นำวัตถุที่ต้องการมาวางไว้ใน Timeline Panel เราสามารถดูคุณสมบัติของวัตถุได้โดยคลิกลูกศรที่อยู่ข้างๆชื่อของวัตถุดังภาพ



ภาพที่ ก.13 คุณสมบัติต่างๆของวัตถุ

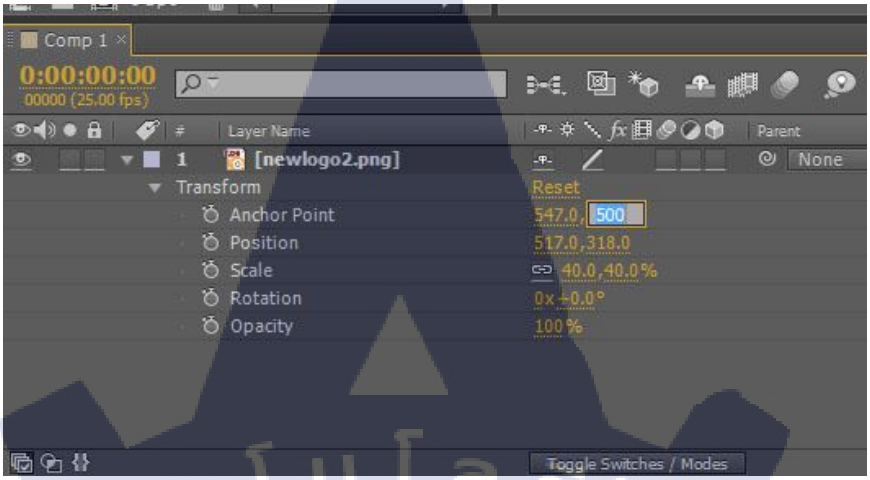
Anchor Point หรือจุดหมุนของวัตถุเราจะมองเห็นได้เมื่อเราทำการเลือกวัตถุ ซึ่งจุดหมุนจะมีลักษณะเหมือนเป้าเล็งอยู่ที่จุดศูนย์กลางของวัตถุ

ภาพที่ ก.14 จุดหมุนของวัตถุ

เราสามารถย้ายจุดหมุนได้ด้วยเครื่องมือ Pan Behind Tool หรือกดคีย์ลัด Y เพื่อเรียกใช้ จากนั้นให้ทำการคลิกและลากจุดหมุนเพื่อย้ายตำแหน่งของจุดหมุน

ภาพที่ ก.15 ตำแหน่งของจุดหมุนหลังจากทำการย้ายตำแหน่ง

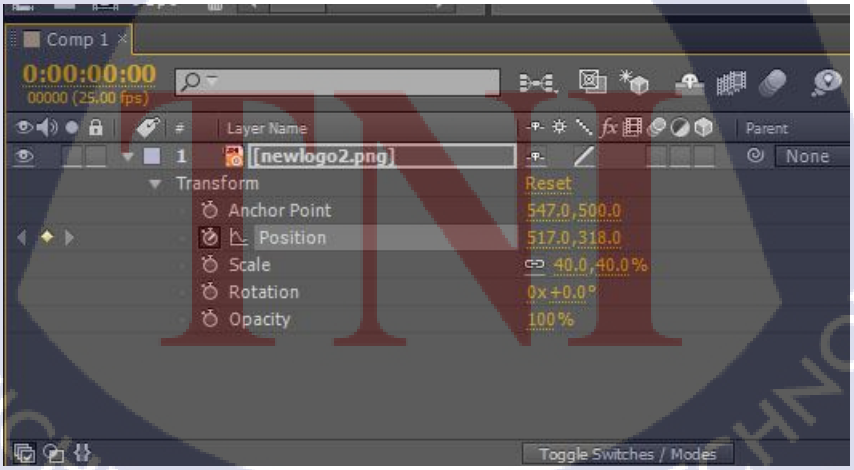
นอกจากนี้เรายังสามารถย้ายตำแหน่งจุดหมุนด้วยการระบุค่า Anchor Point ของวัตถุได้โดยตรง



ภาพที่ ก.16 การย้ายจุดหมุนด้วยการระบุค่า Anchor Point

ก.2.4 การทำให้วัตุเคลื่อนที่

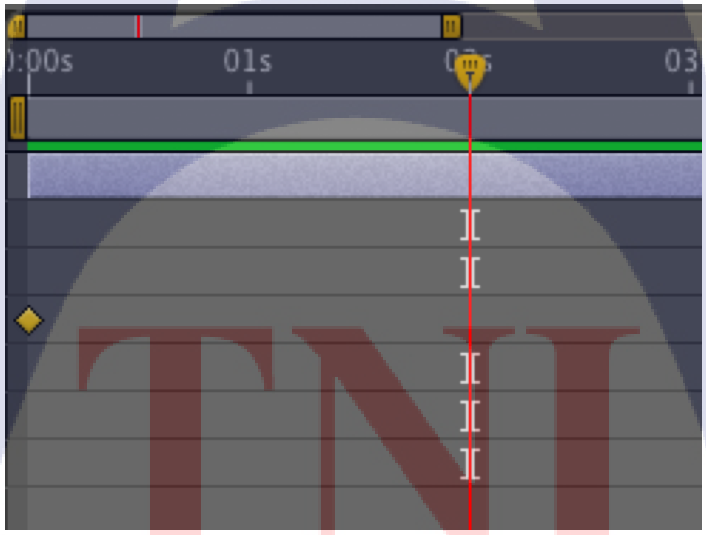
การทำให้วัตถุเคลื่อนที่เป็นการจัดการกับค่า Position ของวัตถุ โดยขึ้นแรกให้จัดวางตำแหน่งเริ่มต้นของการเคลื่อนที่ให้กับวัตถุด้วย Selection Tool หรือกดคีย์ลัด V จากนั้นให้ทำการกดปุ่ม Stop Watch หรือสัญลักษณ์รูปนาฬิกาจับเวลาที่อยู่ข้างๆค่า Position เพื่อทำการสร้าง Keyframe บันทึกตำแหน่งของวัตถุในขณะนั้น



ภาพที่ ก.17 กด Stop Watch เพื่อสร้าง Keyframe ของค่า Position

ภาพที่ ก.18 Keyframe ของค่า Position ปรากฏขึ้นบน Timeline

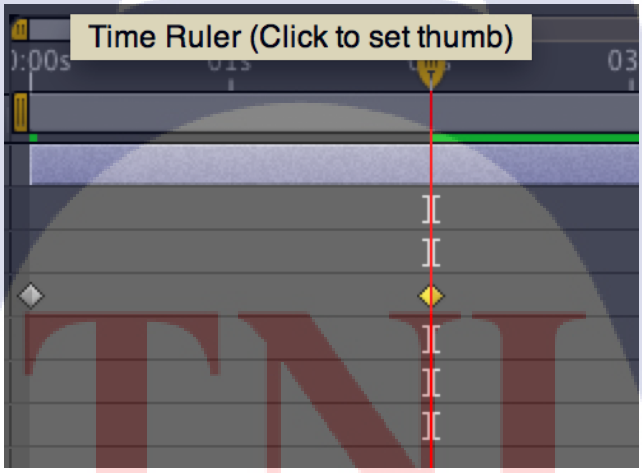
จากนั้นให้ทำการเลื่อนเส้นสีแดงหรือ Current Time Indicator ไปยังระยะเวลาที่ต้องการยิ่งเลื่อนไปไกลวัตถุยิ่งใช้เวลาในการเคลื่อนที่มาก



ภาพที่ ก.19 การเลื่อน Current Time Indicator เพื่อกำหนดระยะเวลาการเคลื่อนที่ของวัตถุ

เสร็จแล้วให้ย้ายตำแหน่งของวัตถุไปยังตำแหน่งที่ต้องการให้วัตถุเคลื่อนที่ไป ซึ่งจะทำให้เกิด Key frame ที่ 2 ขึ้นมาบน Timeline ซึ่งเก็บค่า Position ใหม่ที่วัตถุอยู่ในขณะนั้น

ภาพที่ ก.20 การย้ายตำแหน่งของวัตถุไปยังตำแหน่งที่ต้องการให้วัตถุเคลื่อนที่ไป

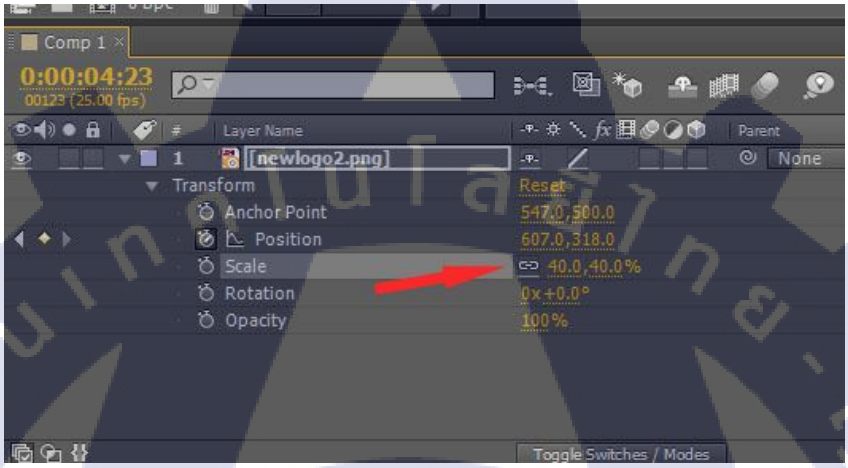


ภาพที่ ก.21 Key frame ที่เก็บค่า Position ใหม่

เพียงเท่านี้วัตถุก็จะเคลื่อนที่ไปยังตำแหน่งที่กำหนดแล้ว ถ้าหากวัตถุเคลื่อนที่ช้าหรือเร็วเกินไป สามารถเลื่อนตำแหน่งของ Key frame ได้ โดยระยะห่างระหว่าง Key frame ยิ่งมากวัตถุก็จะยิ่งเคลื่อนที่ช้า

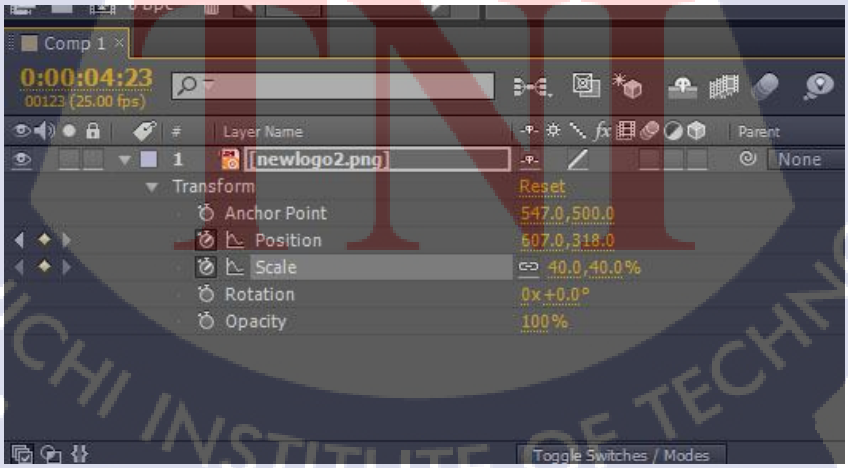
ก.2.5 การเปลี่ยนขนาดของวัตถุ

ในส่วนนนี้จะเป็นการทำงานกับค่า Scale ของวัตถุ ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับการปรับตำแหน่งของวัตถุ แต่ในส่วนของ Scale จะมีรายละเอียดต่างจาก Position เล็กน้อยคือ ปุ่ม Constrain Proportions ที่เป็นสัญลักษณ์รูปโซ่ ซึ่งจะเป็นส่วนที่ทำให้เวลาย่อหรือขยายวัตถุจะทำให้วัตถุคงอัตราส่วนความกว้างยาวไว้เหมือนเดิม หากเราทำกดนำสัญลักษณ์นี้ออก เราจะสามารถปรับขนาดของวัตถุได้อย่างอิสระ

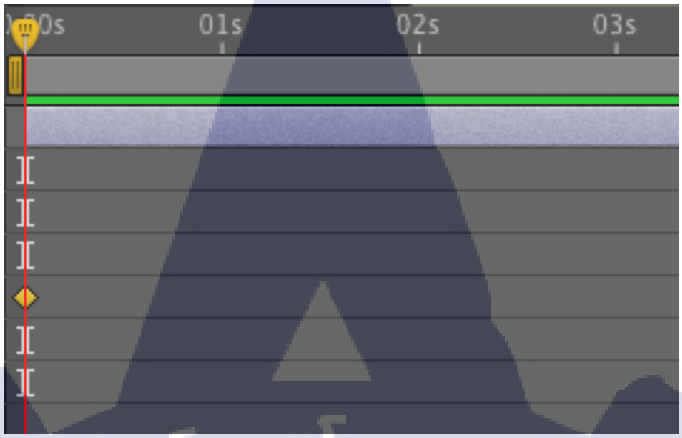


ภาพที่ ก.22 ปุ่ม Constrain Proportions

การทำให้วัตถุมีการเปลี่ยนขนาดก็ทำได้โดยการกด Stop Watch เพื่อทำการสร้าง Key frame เพื่อเก็บขนาด ณ เวลาขณะนั้น ซึ่ง Key frame ก็จะปรากฏขึ้นที่ Timeline



ภาพที่ ก.23 กด Stop Watch เพื่อสร้าง Keyframe สำหรับค่า Scale



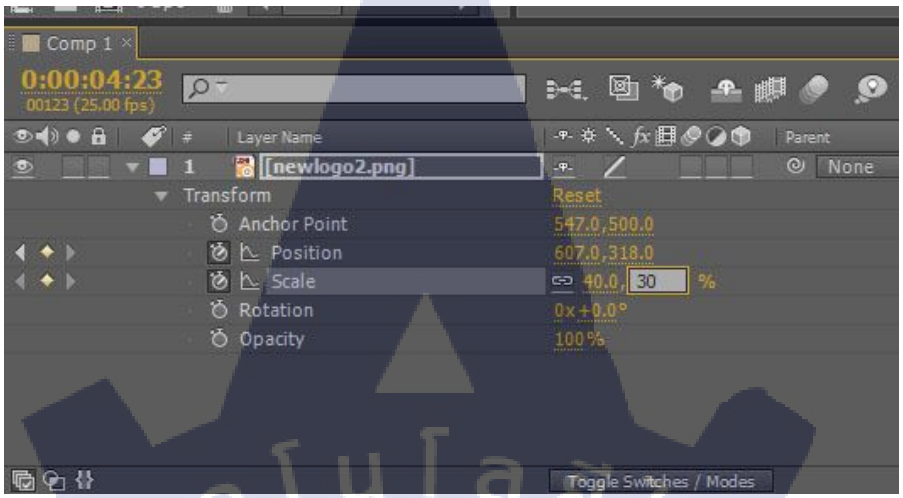
ภาพที่ ก.24 Keyframe ของค่า Scale ที่ปรากฏบน Timeline

จากนั้นให้ทำการเลื่อน Current Time Indicator ไปยังระยะเวลาที่ต้องการ

ภาพที่ ก.25 เลื่อน Current Time Indicator เพื่อกำหนดระยะเวลาการเปลี่ยนขนาดของวัตถุ

จากนั้นให้เราทำการปรับขนาดของวัตถุตามต้องการซึ่งสมารถทำได้ 2 วิธี

1) ทำการปรับค่า Scale ที่ Properties ของวัตถุโดยตรงดังภาพ

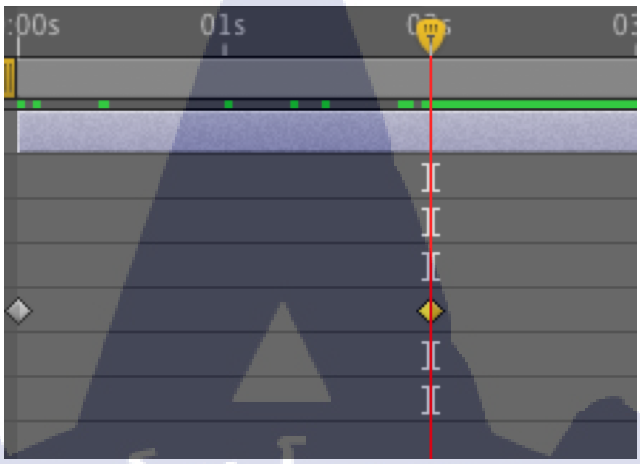


ภาพที่ ก.26 การปรับขนาดวัตถุโดยการปรับค่า Scale

2) ทำการปรับขนาดวัตถุด้วย Selection Tool ที่ Composite Panel โดยตรง โดยให้คลิกที่วัตถุ และคลิกจุดสี่เหลี่ยมที่กรอบของวัตถุ แล้วลากเพื่อปรับขนาด ซึ่งวิธีนี้หากไม่กด Shift ค้างเอาไว้ ขณะปรับขนาด จะเป็นการปรับโดยไม่รักษาอัตราส่วนความกว้างยาวเดิมไว้

ภาพที่ ก.27 จุดที่ใช้ในการปรับขนาดของวัตถุที่ Composition Panel

เมื่อปรับขนาดเสร็จแล้วก็จะมี Keyframe ที่บันทึกขนาดค่าใหม่ปรากฏบน Timeline

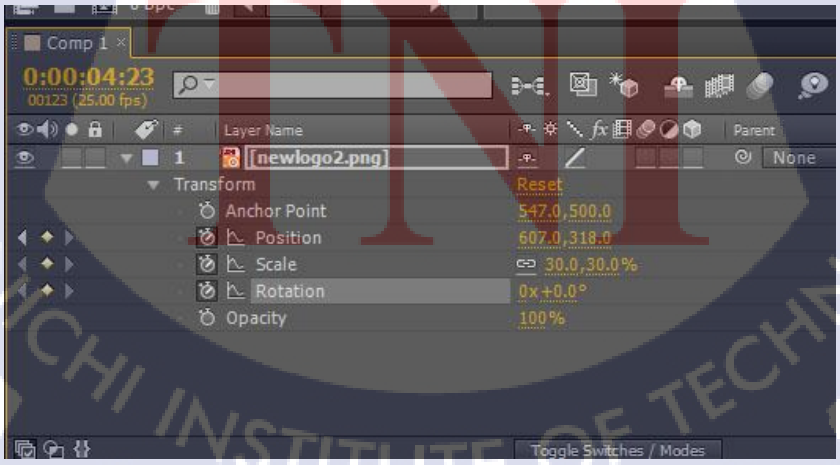


ภาพที่ ก.28 Keyframe ปรากฏบน Timeline หลังจากปรับขนาดของวัตถุ

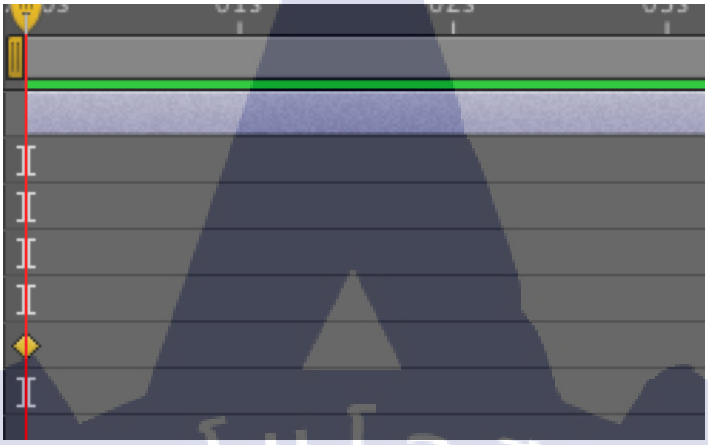
เพียงเท่านี้วัตถุก็จะค่อยๆมีการเปลี่ยนแปลงของขนาด ซึ่งความเร็วของการเปลี่ยนแปลงขึ้นอยู่กับระยะห่างระหว่าง Keyframe ระยะห่างยิ่งมาก ขนาดของวัตถุก็ยิ่งเปลี่ยนแปลงอย่างช้าๆ

ก.2.6 การทำให้วัตถุหมุน

การทำให้วัตถุหมุนจะเป็นการทำงานกับค่า Rotation ของวัตถุ ซึ่งขั้นแรกในการทำให้วัตถุหมุนให้ทำการกด Stop Watch ที่ข้างๆค่า Rotation เพื่อทำการสร้าง Keyframe ที่เก็บค่าองศาการหมุนของวัตถุในขณะนั้น และ Keyframe ก็จะปรากฏบน Timeline

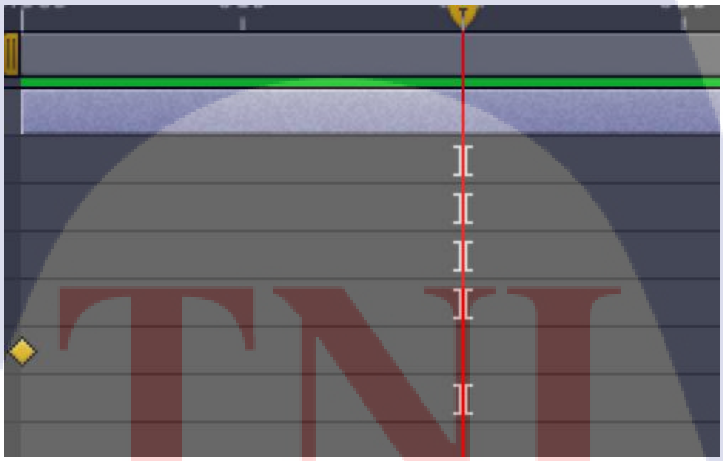


ภาพที่ ก.29 กด Stop Watch เพื่อสร้าง Keyframe เก็บค่าองศาการหมุนของวัตถุ



ภาพที่ ก.30 Keyframe ของค่า Rotation ปรากฏบน Timeline

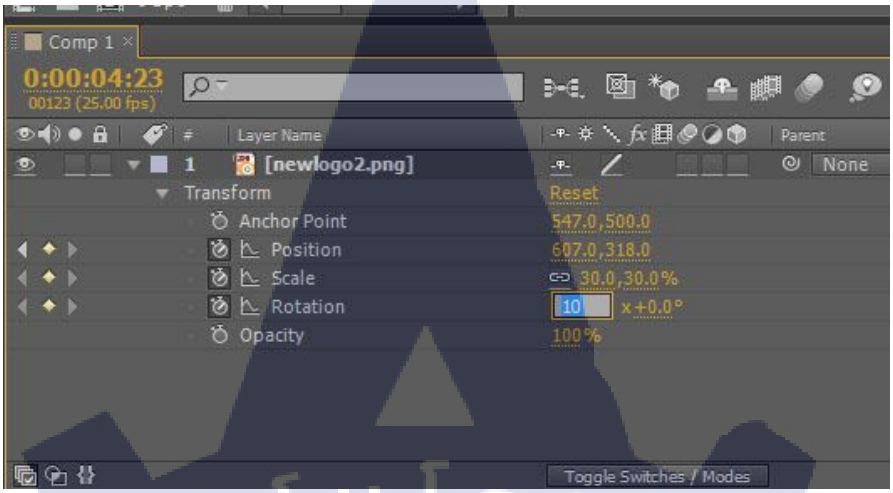
หลังจากนั้นให้เลื่อน Current Time Indicator ไปยังระยะเวลาที่ต้องการ เพื่อกำหนดระยะเวลาที่วัตถุใช้ในการหมุน



ภาพที่ ก.31 เลื่อน Current Time Indicator เพื่อกำหนดระยะเวลาที่วัตถุใช้ในการหมุน

เราสามารถปรับองศาการหมุนของวัตถุได้ 2 วิธี คือ

1) ทำการปรับที่ค่า Ratation ของวัตถุโดยตรง ซึ่งค่าองศาการหมุนถ้าหากเป็นค่าลบจะทำให้วัตถุหมุนทวนเข็มนาฬิกา ถ้าเป็นค่าบวกจะทำให้วัตถุหมุนตามเข็มนาฬิกา ถ้าหากให้วัตถุหมุนมากกว่า 1 รอบ ให้กรอกจำนวนรอบด้านหน้าเครื่องหมาย x โดยกรอกได้ทั้งค่าบวกและลบเช่นกัน



ภาพที่ ก.32 การปรับองศาการหมุนของวัตถุโดยปรับที่ค่า Rotation ของวัตถุ

2) ทำการหมุนวัตถุโดยใช้เครื่องมือ Rotation Tool หรือกดคีย์ลัด w เพื่อเรียกใช้เครื่องมือ ซึ่งทำการหมุนวัตถุได้ที่ Composite Panel ได้โดยตรง โดยคลิกค้างที่วัตถุแล้วลากเพื่อทำการหมุน

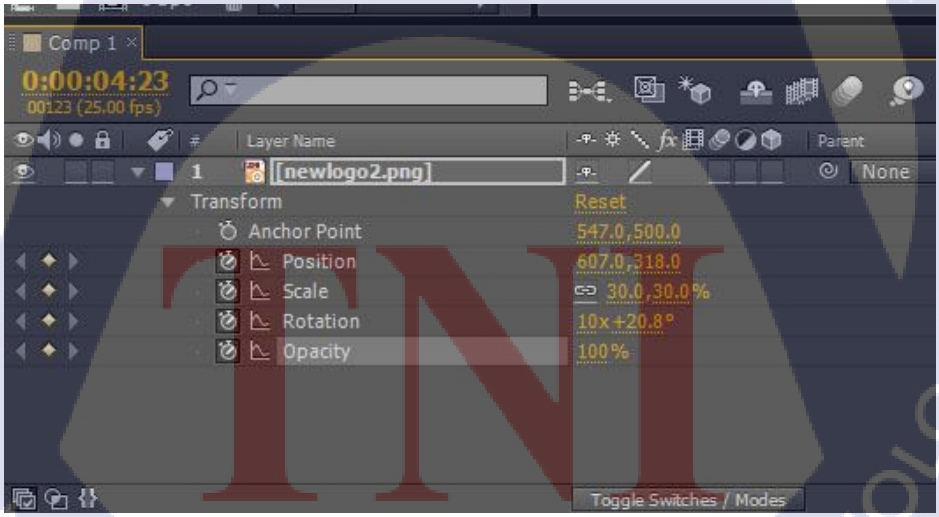
ภาพที่ ก.33 การปรับองศาการหมุนของวัตถุด้วย Rotation Tool

เมื่อปรับองศาการหมุนเสร็จก็จะมี Keyframe ปรากฏบน Timeline วัตถุจะหมุนเร็วหรือช้าขึ้นอยู่กับระยะห่างระหว่าง Keyframe ยิ่งระยะห่างมากวัตถุยิ่งหมุนช้า

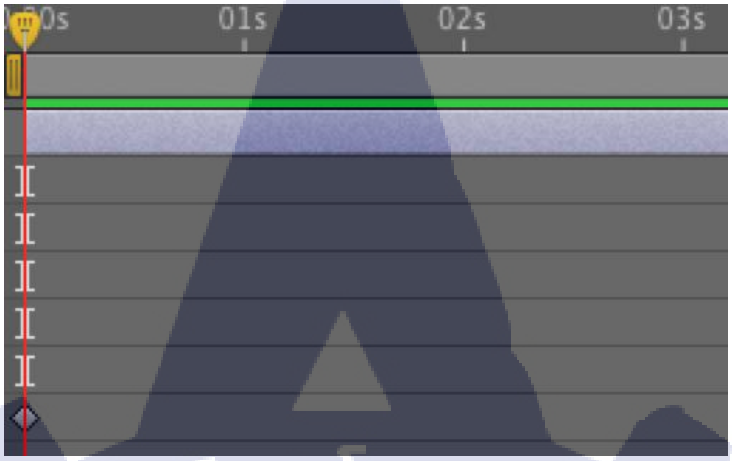
ภาพที่ ก.34 Keyframe ปรากฏบน Timeline หลังจากปรับองศาการหมุนของวัตถุ

ก.2.7 การทำให้วัตถุค่อยๆจางหายไป

ในส่วนเป็นการทำงานกับค่า Opacity ของวัตถุ โดยขั้นแรกให้ทำการกด Stop Watch ข้างๆค่า Opacity ของวัตถุเพื่อสร้าง Keyframe ที่เก็บค่าความโปร่งใสของวัตถุในขณะนั้น

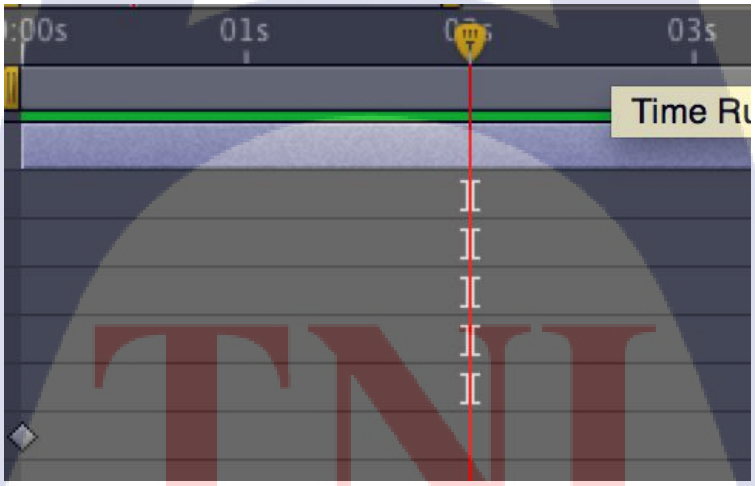


ภาพที่ ก.35 กด Stop Watch เพื่อสร้าง Keyframe สำหรับบันทึกค่า Opacity ของวัตถุ



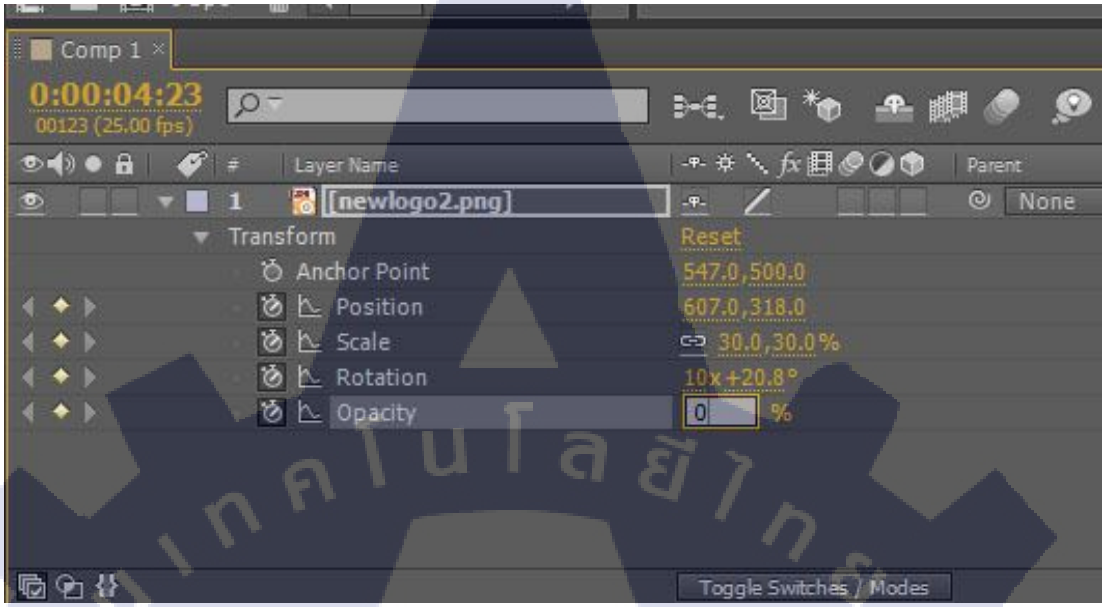
ภาพที่ ก.36 Keyframe ที่เก็บค่า Opacity ปรากฏขึ้นบน Timeline

หลังจากนั้นให้เลื่อน Current Time Indicator ไปยังระยะเวลาที่ต้องการให้วัตถุจางหายไป



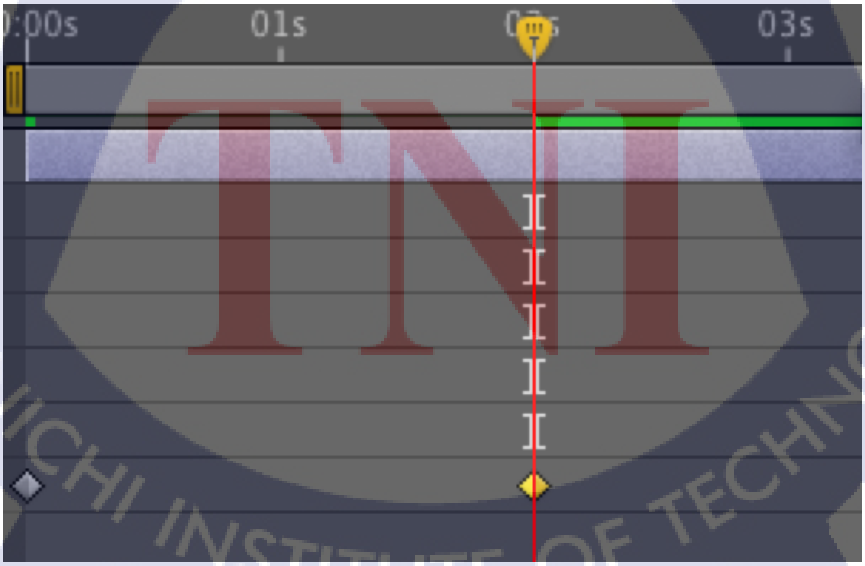
ภาพที่ ก.37 เลื่อน Current Time Indicator ไปยังระยะเวลาที่ต้องการให้วัตถุจางหายไป

จากนั้นให้ทำการปรับค่า Opacity ของวัตถุให้เป็น 0 เพื่อให้วัตถุจางหายไป



ภาพที่ ก.38 ปรับค่า Opacity ของวัตถุให้เป็น 0

จากนั้นจะมี Keyframe ปรากฏขึ้นบน Timeline โดยระยะเวลาที่วัตถุใช้ในการจางหายไป ขึ้นอยู่กับระยะห่างระหว่าง Keyframe ยิ่งระยะห่างมาก วัตถุก็ยิ่งใช้เวลาในการ จางหายไปมากขึ้น



ภาพที่ ก.39 Keyframe ปรากฏบน Timeline หลังจากปรับค่า Opacity ของวัตถุ

ก.3 การ Export ชิ้นงาน

หลังจากที่ทำการสร้างชิ้นงานเสร็จเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือ การ Export งานออกมา โดยมีขั้นตอนดังนี้

ก.3.1 การกำหนดความยาวของชิ้นงาน (Mark Area)

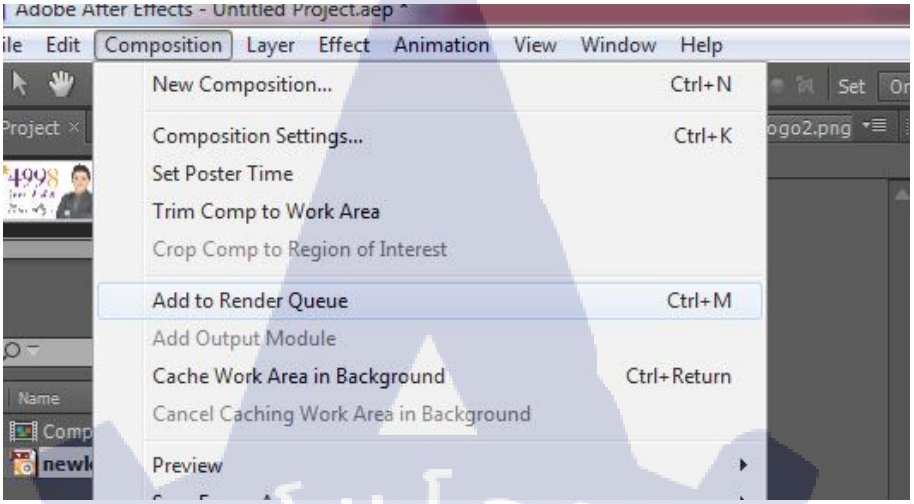
1) กำหนดจุดเริ่มต้นของชิ้นงานโดยการเลื่อน Current Time Indicator ไปยังจุดที่ต้องการให้เป็นจุดเริ่มต้นของชิ้นงาน แล้วกด B เพื่อทำการ Mark In ชิ้นงาน

2) กำหนดจุดสิ้นสุดของชิ้นงานโดยการเลื่อน Current Time Indicator ไปยังจุดที่ต้องการให้เป็นจุดสิ้นสุดของชิ้นงาน แล้วกด N เพื่อทำการ Mark Out ชิ้นงาน

ภาพที่ **ก.40** ภาพแสดง Mark In และ Mark Out

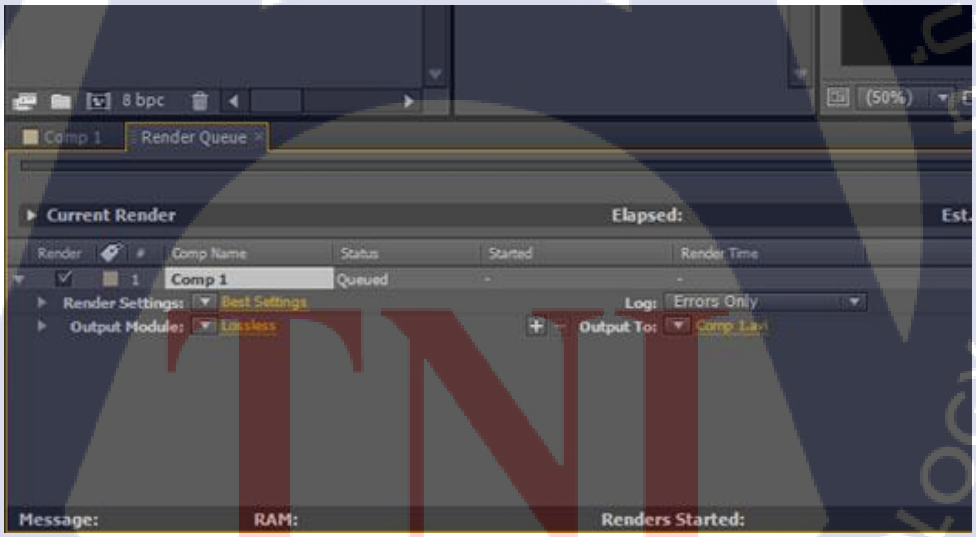
ก.3.2 การตั้งค่า Output ของชิ้นงาน

หลังจากที่กำหนด Mark In และ Mark Out เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ให้ไปที่ Menu Bar ข้างบน แล้วไปที่ Composition -> Add to Render Queue เพื่อเพิ่มชิ้นงานไปยัง Render Queue Panel



ภาพที่ ก.41 การเพิ่มชิ้นงานไปยัง Render Queue Panel

จากนั้นชิ้นงานเราจะไปปรากฏอยู่ใน Render Queue Panel

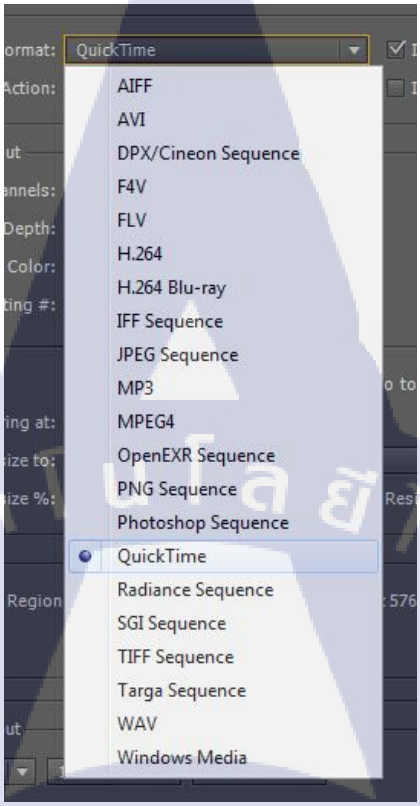


ภาพที่ ก.42 ชิ้นงานที่ถูกเพิ่มไปยัง Render Queue Panel

จากนั้นให้กดไปที่คำว่า Lossless ตรงส่วนของ Output Module เพื่อตั้งค่า Output ของชิ้นงาน โดยจะมีหน้าต่างปรากฏขึ้นมาเพื่อให้ทำการตั้งค่าดังนี้

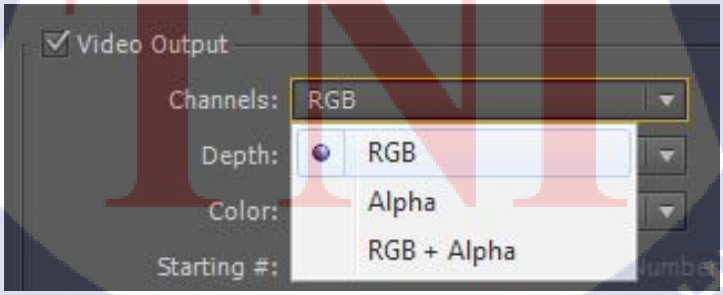
ภาพที่ ก.43 หน้าต่างตั้งค่า Output ของชิ้นงาน

1) Format: เป็นส่วนที่ให้กำหนดชนิดไฟล์ของ Output ซึ่งมีให้เลือกอยู่หลายนามสกุลดังนี้



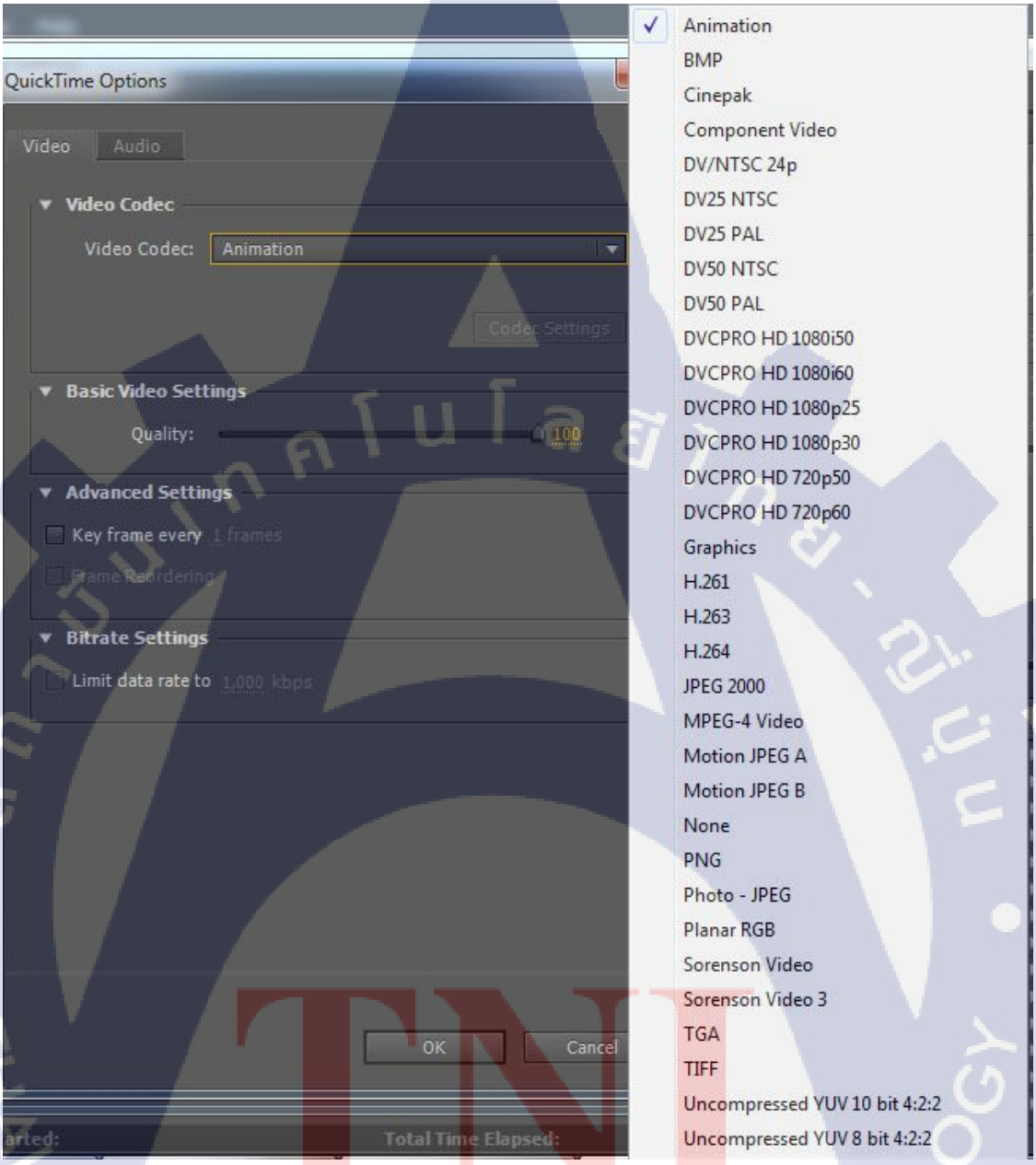
ภาพที่ ก.44 รายชื่อชนิดไฟล์ที่สามารถ Export ออกไปได้

2) Channels: เป็นการกำหนด Channel สีของ Output ซึ่งปกติจะเป็น RGB โดยมีให้ เลือกดังนี้



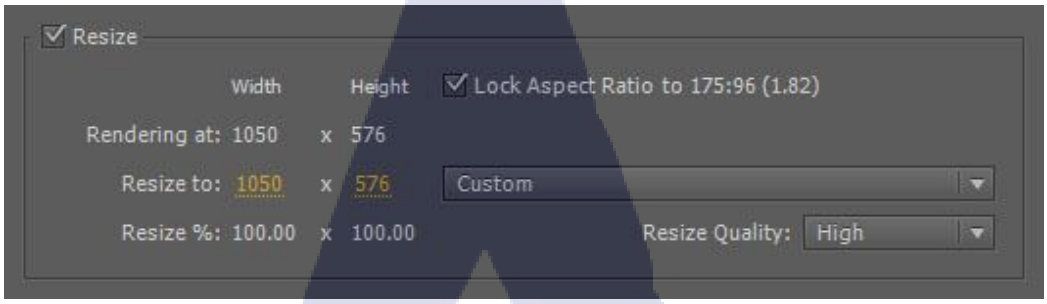
ภาพที่ ก.45 Channel สีของ Output ที่มีให้เลือก

3) Format Option: ในส่วนนี้จะเป็นส่วนของการให้เลือก Codec ที่ใช้เข้ารหัส Output



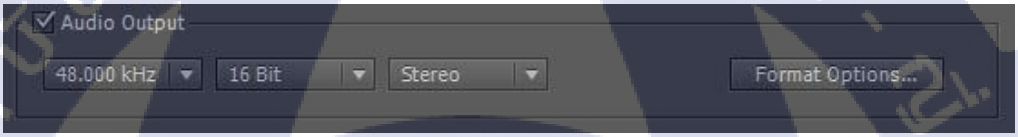
ภาพที่ ก.46 Codec ในการเข้ารหัส Output ที่มีให้เลือก

4) Resize: ในส่วนนี้หากต้องการกำหนดขนาดของ Output ใหม่ ให้ทำเครื่องหมายถูกที่ช่องนี้ จากนั้นก็กำหนดขนาดของ Output ตามที่ต้องการ



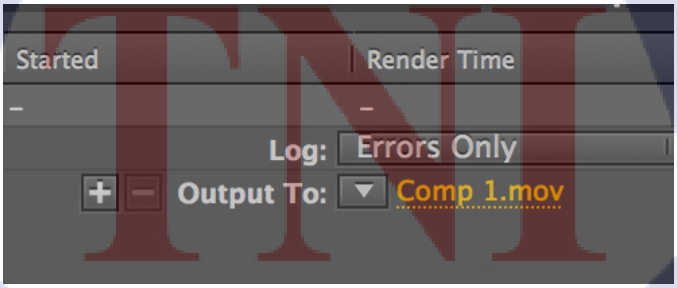
ภาพที่ ก.47 การกำหนดขนาดของ Output ใหม่

5)Audio Output: ให้ทำเครื่องหมายถูกที่ช่องนี้ถ้าต้องการ Export เสียงของชิ้นงาน



ภาพที่ ก.48 การกำหนดให้ Export เสียงของชิ้นงาน

เมื่อตั้งค่าเสร็จแล้วให้กด OK จากนั้นในส่วนของ Output to ให้กดที่ชื่อ Composition ของชิ้นงานเพื่อทำการเลือกพื้นที่เก็บไฟล์ที่ Export



ภาพที่ ก.49 การกำหนดพื้นที่เก็บไฟล์ที่ Export

เมื่อกำหนดทุกอย่างเรียบร้อยให้กดปุ่ม Render ที่มุมขวาบน เพื่อทำการ Export ชิ้นงาน แล้วรอจนโปรแกรมทำการ Render เสร็จ

ประวัติผู้จัดทำโครงงาน

ชื่อ-สกุล นาย อาสภิสร์ แสงแก้ว

วัน เดือน ปีเกิด 18 พฤษภาคม 2534

ประวัติการศึกษา

ระดับประถมศึกษา ประถมศึกษาตอนปลาย พ.ศ. 2547
โรงเรียนเทศบาล ๕ เทศบาลนครสุราษฎร์ธานี

ระดับมัธยมศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย พ.ศ. 2553
โรงเรียนสุราษฎร์ธานี ๒

ระดับอุดมศึกษา คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาเทคโนโลยีมัลติมีเดีย พ.ศ. 2556
สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

ทุนการศึกษา - ไม่มี -

ประวัติการฝึกอบรม 1. Digital Magic Effect House
2. Imagimax

ผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ - ไม่มี -

สถาบันเทคโนโลยีไทย - ญี่ปุ่น
THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY
TNI