

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

โครงการออกแบสิ่งพิมพ์และสื่อประกอบเสียง  
เพื่อส่งเสริมการให้บริการ และ แนวทาคความเป็นมาของสถาบัน MII



นางสาวปาริชาติ จงรยาภิจักร

2535-2536

เลขหมู่.....  
เลขทะเบียน..... 86642  
วัน,เดือน,ปี... 3.0 S.A. 2551

b. 108100500  
i.....

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคามหลักสูตร  
ปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต  
ภาควิชาศิลปะศิลปกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ปีการศึกษา 2535-2536

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
อนุมัติฯ วิทยาลัยนานาชาติ เป็นส่วนหนึ่งของ การศึกษาคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์  
ปริญญาศิลปกรรมศาสตร์บัณฑิต

(นายพิศิษฐ์ ธีรยวัฒน์)

คณบดี คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะกรรมการทรวจวิทยาพันธ์

ประธานกรรมการ

กรรมการ

กรรมการ

กรรมการ

กรรมการ

กรรมการและเลขานุการ

อาจารย์ที่ปรึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์ "สถาบันเทคโนโลยีการएंพ่น้ำ เอ็มทีไอ (MTI)"

ชื่อ นางสาวปาริชาต จรรยาวิจิตร ภาควิชาอิเล็กทรอนิกส์

ปีการศึกษา 2535-2536

### บทคัดย่อ

#### ข้อปัญหา

วัตถุประสงค์สำคัญของการศึกษานี้ คือ บริษัท สถาบันเทคโนโลยีการएंพ่น้ำ MTI \* เป็นสถาบันแห่งแรกและแห่งเดียว ที่สอนการएंพ่น้ำอย่างถูกวิธี และเป็นแห่งเดียวในประเทศไทยที่ได้รับการรับรองวิทยฐานะจากกระทรวงศึกษาธิการ และยังเป็นผู้เดียวที่ผลิตงานการกันตัวของคนไทย ในการผลิตเครื่องสำอาง เพื่อผิว, สี และน้ำหอมที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของประเทศไทย แต่เป็นที่น่าเสียดาย ที่สถาบัน MTI เป็นที่รู้จักคนกลุ่มเดียว คือ กลุ่มช่างएंพ่น้ำอาชีพ, นางแบบ, นายแบบ และกองถ่ายทำโฆษณา ทีวีละครทีวี ภาพยนตร์ ดังนั้นปัญหาที่ทางสถาบันเล็งเห็นจึงมีการแก้ไขคือ

1. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ — ความเป็นสถาบันสอนเทคโนโลยีการएंพ่น้ำที่ฟรีชึ่งเสีย และประวัติอันยาวนาน
2. ขยายกลุ่มเป้าหมาย ให้กว้างขวางออกไปมากยิ่งขึ้น
3. สร้างความเชื่อ ศรัทธา ในการให้บริการแก่บุคคลทั่วไป

เพื่อเป็นการแก้ไข ข้อบกพร่องของทางสถาบัน MTI จึงได้มีการค้นคว้า เြงรัด และ พยายามสร้างสรรค์ผลงาน ความไว้วางใจได้เป็นที่รู้จัก ยอมรับกันทั่วสถาบันฯ และผลิตภัณฑ์ของสถาบันฯ มากยิ่งขึ้น

#### วิธีการวิจัย

เพื่อเป็นกำหนดขอบเขตของงาน เพื่อส่งเสริมการใช้บริการและแนะนำความเป็นมาของสถาบัน MTI ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าดังนี้คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ศึกษาลักษณะและความเป็นมาของโครงการและขอบเขตการดำเนินงาน
2. ศึกษาถึงกลุ่มผู้ใช้ และองค์ประกอบสำคัญ
3. ศึกษาวิธีการและกลยุทธ์ในการวางขายผลิตภัณฑ์ รวมถึงวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง
4. ศึกษาวิธีการออกแบบงานสิ่งพิมพ์ในรูปแบบต่างๆ ของสถาบันฯ รวมทั้งสื่อเก่าที่สถาบันฯ ยังคงใช้อยู่
5. วิเคราะห์ปัญหาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการขยายกลุ่มเป้าหมายของสถาบันฯ
6. ค่าเนื้องานในขั้นตอนการออกแบบ

### สรุปผลการวิจัย

1. สถาบัน MFI นี้ ยังขาดแคลนทั้งในด้านบุคลากรในการออกแบบงานสิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม และวิวัฒนาการในด้านการออกแบบในปัจจุบัน
2. ขอบเขตการให้บริการยังคงจำกัดอยู่เพียง กลุ่มคน ที่มีอาชีพเกี่ยวข้องกับงาน ซึ่งควรจะมีองค์ประกอบอื่นมาสนับสนุนการเผยแพร่ผลงานออกแบบที่กว้างขวางมากยิ่งขึ้น
3. การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ สื่อสิ่งพิมพ์ และวีซีดี เพื่อใช้ในการส่งเสริมการขาย และความเป็นมาของสถาบันฯ ยังมีส่วนขาดจุดเด่น จุดสนใจในการดึงดูดใจอย่างมาก
4. รูปแบบการประชาสัมพันธ์ความเป็นมาของสถาบันฯ ยังคงควรรักษาไว้
5. ควรส่งเสริมขอบเขตการวางขายสินค้า ให้ขยายตัวกว้างขวางออกไปมากยิ่งขึ้น
6. ควรเร่งเร้าผู้ที่สนใจ วิชาชีพการแต่งหน้าชั้นสูงให้เร่งเข้ามาสมัครที่สถาบันฯ เพื่อเป็นการขยายรากฐานของความเป็นสถาบันฯ มากยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ข้อเสนอแนะ

1. ต้องมีการเลือก บุคคลากร หรือเอเยนซ์ที่มีความสามารถในทิศทาง การออกแบบที่สี
2. ควรมีการขยายขอบเขตการให้บริการออกไปที่กว้างขวาง โดยการส่งผู้เชี่ยวชาญไปสาธิตการแข่งหน้า และการใช้ผลิตภัณฑ์ อย่างถูกต้อง และถูกวิธี ยิ่งกว่า แทนจำหน่ายของสถาบันฯ ให้บ่อยขึ้น
3. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ สื่อสิ่งพิมพ์ และวีซีดี นั้นควรมีการออกแบบให้เป็นหมวดหมู่ และสอดคล้อง ความสมัยนิยมมากกว่านี้ เพื่อเป็นการสร้างภาพพจน์ให้กับตัวผลิตภัณฑ์ และสถาบันฯ
4. รูปแบบการสร้างภาพพจน์ ของสถาบันฯ ควรจะยังคงไว้แต่ควรจึงเน้นการเป็นที่สถาบันฯ แห่งแรก และแห่งเดียวที่มากขึ้นกว่านี้
5. ขอบเขตการส่งเสริมการขายควรมีการขยายทั่วแทนจำหน่ายมากขึ้น พร้อมทั้งควรจัดให้มีการจัดการอบรม เทคนิคการแข่งหน้าในมา ให้กับตัวแทนจำหน่ายเพื่อส่งเสริมงานการแข่งหน้าในรูปแบบต่างๆ
6. ควรเลือกสื่อที่เหมาะสม เพื่อประชาสัมพันธ์ให้กับผู้ที่สนใจอาชีพการแข่งหน้าขึ้นสูงให้เลือกและขอรับทราบอบรมมากยิ่งขึ้น โดยการสร้างวีรภาพความเป็นสถาบันฯ แห่งเดียวในประเทศไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิติกรรมประกาศ  
(ACKNOWLEDGEMENT)

การจัดทำวิทยานิพนธ์ "โครงการสถาบันเทคนิคการช่างหน้า เข็ม ที เอ (MTI)" นี้ต้องพบกับอุปสรรคต่างๆ นานาประการ หากแต่ได้รับความอนุเคราะห์ที่ช่วยทีจากบุคคลเหล่านี้ จึงสามารถสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ความจงรักภักดีที่สั่งไว้ ข้าพเจ้าจึงขอขอบคุณบุคคลเหล่านี้ไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

- บริษัท คิอายส์ จำกัด ที่เชื้อเพื่อให้มีสภาพปลอดภัยจำนวนมาก ให้มีสถานที่ในการจัดทำ
  - พี่เล็ก (บริษัท คิอายส์ จำกัด) ที่ช่วยเหลือให้กำลังใจตลอดมา
  - พี่นิก (บริษัท คิอายส์ จำกัด) ที่ช่วยเหลือในค้ำานเทคนิคห้องฝึก
  - บริษัท สถาบันเทคนิคการช่างหน้า เข็ม ที เอ (MTI) จำกัด ที่เชื้อเพื่อเลี้ยงข้อมูลและผลิตภัณฑ์
  - เพื่อนว สน.4 (ชื่อ, เข็ม)
  - เพื่อนว สน.4 (ป๋อง, เถา, เป็ย, จม, แพนทอ)
  - เพื่อนว สน.4 (คู่ย, ทมย)
  - น้องว สน.3, สน.2 (เคียน, คอ)
- สำหรับแรงกาย ทุกหยาดหยด เหงื่อทุกเม็ด ทนแค้นอันที่ศิคราร ขอขอบคุณ มากด้วยใจจริง รวมทั้งพี่เลี้ยงที่ช่วยเหลือแก้ไขปัญหาต่างๆ ด้วยดี
- ในสุดท้ายนี้ขอขอบคุณ คุณพ่อ และคุณแม่แคง ที่อุปการะ ไร่องเงินสาเข้าจ่ายเป็นอย่างดี
  - และพี่ซาคินเได้ ขอขอบคุณตัวเอง ที่ทำางานสำเร็จด้วยดีในที่สุด
- ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

(นางสาวปาริชาติ จรรยาวิจิตร)

ผู้จัดทำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## คำนำ (INTRODUCTION)

### 1.1 ความเป็นมาของโครงการ

ในความเป็นจริงมนุษย์ทุกคนที่เกิดมามีชีวิตบนพื้นโลกนี้ ทุกคนใช้ว่าจะมีความเสมอภาคในทุกด้าน แต่เรื่องที่เด่นชัดที่สุด คือ เรื่องความงาม บทหน้าน้อยคนนักที่จะมีความสวยงามเลิศเลอ ส่วนมากมักมีจุดบกพร่องต่างๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็น ทารกบน, ตาห่าง, คิ้วคอก, คิ้วหนา, ปากหนา, ปากเบี้ยว, มีจุดด่างดำ, หน้าไม่เรียบ รวมทั้งสภาพของผิวหนังที่แห้งบ้าง หนาบ้าง ฟูเรียบ หรือแฉะแห้งง่าย เป็นต้น เพื่อเป็นการสร้างเสริมทดแทน สิ่งที่บกพร่องต่างๆ ตลอดจนหน้า สภาวะในเทคนิคการแต่งหน้า เอ็ม พี ไซ (MTI) จึงกำเนิดขึ้นเพื่อสร้างสรรค์ความงามที่มีอยู่แต่ก็ยิ่งขึ้น และเพิ่ม ทดแทน สิ่งที่ขาดหายไป และสำคัญยิ่งพยายามคิดค้นผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับสภาพผิว และภูมิอากาศของประเทศไทย

### 1.2 สิ่งที่ได้จากการนำเสนอ

1. การออกแบบสิ่งพิมพ์ เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์
2. การทำสไลด์ ประกอบเสียง

### 1.3 วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นการศึกษาแนวทางการออกแบบสิ่งพิมพ์ เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และเทคนิค รูปแบบ การทำสไลด์ประกอบเสียง
2. เพื่อเป็นการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบให้ดียิ่งขึ้น
3. เพื่อเป็นการแนะนำการให้บริการและผลิตภัณฑ์ต่างๆ แก่สาธารณชนทั่วไป
4. เพื่อเป็นการแนะนำการให้บริการ และผลิตภัณฑ์แก่ผู้เข้ารับบริการ และนักเรียนที่เข้ารับการอบรม เพื่อให้เข้าใจงานการบริการและผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น
5. เพื่อเป็นการปรับปรุงและพัฒนาแนวทางออกแบบสื่อโฆษณา และประชาสัมพันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 1.4 ความสำคัญของโครงการ

สถาบันเทคโนโลยีการช่างหน้านี้ เป็นสถาบันที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันในกลุ่มหนึ่งเท่านั้น (ช่างช่างหน้ามืออาชีพ) ผลักดันให้ทางสถาบันได้ผลิตขึ้นมาเป็น ผลิตภัณฑ์เฉพาะตัว สภาของภูมิภาคของประเทศไทย และที่สำคัญผลิตโดยคนไทย ดังนั้นทางสถาบันจึงมีความต้องการขยายขอบเขตกลุ่มผู้บริโภคออกไป

ฉะนั้น การเสนอโครงการนี้ จะเป็นการสร้างแนวทางการออกแบบใหม่ ๆ ให้แก่สถาบันเทคโนโลยีการช่างหน้า และเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานต่อไปในอนาคต

#### 1.5 ผลที่คาดว่าจะได้รับของโครงการนี้

1. เพื่อเป็นการ เรียนรู้แนวทางการออกแบบเฉพาะ และเป็นประโยชน์นอกเหนือจากการ เรียนงานชั้นเรียน
2. เพื่อเป็นการปรับปรุง และพัฒนารูปแบบการออกแบบสิ่งพิมพ์ และวีซีดี แนะนำสถาบันให้เป็นรูปแบบที่ดีขึ้น มีจุดหมายในการขายมากยิ่งขึ้น

#### 2. รูปแบบและวิธีการนำเสนอ

##### ส่วนที่ 1 บริษัท สถาบันเทคโนโลยีการช่างหน้า MIT จำกัด

ลักษณะการนำเสนอ

POSTER จำนวน 1 แผ่น

CONCEPT

- แนะนำการบริการการช่างหน้า ในวาระพิเศษต่างๆ ของสถาบันฯ เช่น บริการช่างหน้าเจ้าสาว, ช่างหน้าแพนซีและการช่างหน้า เพื่อแสดงละคร ภาพยนตร์ และโฆษณาต่างๆ
- เพื่อดึงดูดผู้สนใจเข้าชมการสาธิต และการอบรมการช่างหน้าของสถาบันฯ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เพื่อเป็นการส่งเสริมการขายสินค้าของสถาบันฯ

#### **รูปแบบการนำเสนอ**

- เป็นการเสนอรูปแบบต่างๆ ของการแข่งหน้าที่ทางสถาบันฯ ให้การบริการ

#### **วิธีการนำเสนอ**

- เทคนิคการถ่ายภาพ
- หัวหนังสือใช้การพิมพ์ซิลค์สกรีนลงบนแผ่นพลาสติก

### **ส่วนที่ 2 สถาบันเทคนิคการแข่งหน้า MPT**

#### **ลักษณะการนำเสนอ**

#### **ส่วนที่ 2.1 ใบิวิวสี่ ขนาดพับ 3 จำนวน 1 แผ่น**

#### **CONCEPT**

- ต้องการแนะนำสถาบันฯ ระบบการ เรียน การสอน แก่ผู้สนใจที่จะสมัครเข้ารับการอบรมในหลักสูตรของสถาบันฯ

#### **รูปแบบการนำเสนอ**

- เป็นการนำเสนอความเป็นมาของสถาบันฯ
- แนะนำหลักสูตร เรียน การสอน พร้อมค่าใช้จ่ายในการ เรียนโดยสังเขป
- เป็นการประกอบเกียรติคุณของสถาบัน
- แสดงการแข่งหน้าในรูปแบบต่างๆ ซึ่งบรรจุในหลักสูตรต่างๆ ของสถาบันฯ

#### **วิธีการนำเสนอ**

- เทคนิคการถ่ายภาพ
- หัวหนังสือใช้การพิมพ์ ซิลค์สกรีนลงบนแผ่นพลาสติก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2.1 สไลด์ประกอบเสียง ขนาด 1 จอ เครื่องฉาย 6 เครื่อง ระยะเวลาวิทยรวมประมาณ 8-15 นาที

#### CONCEPT

- โครงการแนะนำสถาบันฯ ระบบการเรียนการสอนของสถาบันแก่ผู้เข้า  
รับการอบรมในหลักสูตรแรกของสถาบันฯ (ก่อนจะมีการ เริ่มบทเรียน)

#### รูปแบบการนำเสนอ

- เป็นการนำเสนอรูปแบบที่หลากหลายของเทคนิคการแต่งหน้า
- นำเสนอความเป็นมา และประวัติโดยย่อของสถาบันฯ
- แนะนำหลักสูตรการเรียนการสอนในแต่ละหลักสูตร
- แนะนำสินค้าที่ใช้ประกอบการเรียนของสถาบันฯ
- ประกาศเกียรติคุณ และรางวัลต่างๆ ของสถาบันฯ

#### โครงสร้างเรื่อง

1. บทนำเรื่อง (ไม่มีเสียงบรรยาย มีเสียงเสียงดนตรี และ SOUND EFFECT ต่างๆ)

- โดยการใช้กระจกเป็นจุดเริ่มต้นของเรื่อง เพื่อดึงเข้าสู่การแสดงเทคนิคการแต่งหน้าในรูปแบบต่างๆ เริ่มจากเทคนิคแต่งหน้าแบบธรรมชาติ (บรรจุอยู่ในหลักสูตรที่ 1) คลี่คลายเป็นการแต่งหน้าแฟนซี (บรรจุอยู่ในหลักสูตรที่ 2) และคลี่คลายเป็นการแต่งหน้าเทคนิคพิเศษ (บรรจุอยู่ในหลักสูตรที่ 3)

2. เข้าสู่สาระของเรื่อง

-- โดยการนำเสียงโฆษกบรรยาย และนำเข้าสู่เนื้อเรื่อง

3. สาระของเรื่อง (มีเสียงบรรยายประกอบดนตรี)

- เริ่มจากการเล่าถึงประวัติ ความเป็นมาของสถาบันฯ โดยกล่าวถึงผู้เริ่มผู้ก่อตั้ง จนกลายเป็นสถาบัน MTI ขึ้น

- เข้าสู่หลักสูตรการเรียน การสอน ในแต่ละหลักสูตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ความสำเร็จของสถาบันฯ ที่เป็นที่ยอมรับจากบุคคลทุกวงการทั่วโลก

4. ท้ายเรื่อง (มีเสียงบรรยายประกอบดนตรี)

- บรรยายถึง สินค้าที่ใช้ในการเรียน การสอน และตัวอย่างการแข่งหน้า

วิทยาใช้สินค้า ความซุกซนของแต่ละสินค้านั้น

5. บทสรุป

- วิทยากรนำเสียงของวิทยกรบรรยาย สรุปเนื้อเรื่องทั้งหมด และกล่าวคำ

ต้อนรับเข้าสู่สถาบันฯ

วิธีการนำเสนอ

- แสดงภาพสไลด์ประกอบดนตรี และเสียงประกอบต่างๆ ให้เหมาะสมกับ

เนื้อเรื่องที่จะนำเสนอ

- ให้ผู้ชมรับรู้เรื่องราว เทคนิคการแข่งหน้าต่างๆ วิทยกรไม่มีเสียงบรรยาย

- ภาพแฟลชฉายของภาพสไลด์จะเป็นอิสระไม่มีจุดฉายที่แน่นอน จะทำให้ผู้

ชมไม่รู้สึกเบื่อหน่าย และจะสนใจ ติดตามไปตลอด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ .....	ก
กิตติกรรมประกาศ .....	ค
คานา .....	ง
บทที่ 1 วิธีการทำวิจัย .....	1
- การหาข้อมูล .....	1-26
- วิเคราะห์ข้อดีและข้อเสียของสิ่งโฆษณาของสถาบัน MFI .....	26-30
บทที่ 2 วิเคราะห์ปัญหาทางด้านการออกแบบ .....	31
- ที่มาของการออกแบบ .....	31-32
บทที่ 3 การสร้างสรรค์ผลงาน .....	33
- ขั้นตอนการปฏิบัติงานจริง .....	33-34
- ขั้นตอนการทำเสกซ์โมลด์-วิสัน .....	34-55
- โครงสร้างสคริปต์ ครั้งที่ 1 .....	56-62
- โครงสร้างสคริปต์ ครั้งที่ 2 .....	63-69
บทที่ 4 วิจารณ์ผลการออกแบบ หักรูป ข้อเสนอนะ .....	70
- ประเมินผลการออกแบบ .....	70-71
- หักรูป และ เสนอนะของงานวิทยานิพนธ์ทั้งหมด .....	71
บรรณานุกรม .....	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 1

### วิธีการทางวิจัย (METHODOLOGY)

#### 1. การหาข้อมูล

##### 1.1 ประวัติ (HISTORY)

สถาบันเทคนิคการแต่งหน้า MTI (MAKE UP TECHNIQUE INSTITUTE CO; LTD.) เป็นสถาบันแห่งแรกและแห่งเดียวในประเทศไทย ที่สอนการแต่งหน้าขึ้นพื้นฐานจนถึงขั้นแต่งหน้าเทคนิคพิเศษ

จากจุดเริ่มต้นเมื่อ พ.ศ. 2525 คุณพรธอร์ แสงอาทิตย์ (ผู้อำนวยการสถาบันเทคนิคการแต่งหน้า MTI คนปัจจุบัน) ซึ่งเป็นนักวิจัยและทดสอบคุณภาพเครื่องสำอางจาก INTER NATIONAL LABORATORY และคุณกาญจนา มหาภาณี (กรรมการผู้จัดการบริษัทสถาบันเทคนิคการแต่งหน้า จำกัด) ผู้ทำงานเกี่ยวกับเครื่องสำอางได้รับการสนับสนุนจากประธานกลุ่มบริษัท สหพัฒนาวิบูลย์ จำกัด นคร เข็ม รัชดาภิเษก ให้เงินทางไปเข้ารับการอบรมเทคนิคการแต่งหน้าระดับวิชาชีพที่ JOBASSCO MAKE UP CENTER ใน HOLLYWOOD ประเทศสหรัฐอเมริกา จากนั้นเมื่อสำเร็จการศึกษา มีความรู้และประสบการณ์แล้วก็ได้เดินทางกลับมาก่อตั้งสถาบันเทคนิคการแต่งหน้าขึ้น และได้ผลิตคิดค้นพัฒนาเครื่องสำอางภายใต้ความควบคุมของสถาบันฯ เพื่อใช้ในการเรียนการสอนเทคนิคการแต่งหน้า ผลิตเพื่อสภาพภูมิอากาศในเขตร้อน สภาพผิวและสีแบบคนไทย ต่อมาได้มีการออกแบบให้สวยงามยิ่งขึ้น เพื่อทำให้เครื่องสำอางของ MTI ได้รับการยอมรับจากคนทั่วไปมากยิ่งขึ้น

หลักสูตร ของสถาบันเทคนิคสอนการแต่งหน้า MTI ประกอบด้วยการเรียนทฤษฎีของการแต่งหน้า เริ่มการนำวิธีการใหม่ เข้ามาใช้ในการสอน และบริการการแต่งหน้าทั้งงานการแสดง ละครเวที ละครโทรทัศน์ และภาพยนตร์ รวมถึงการเรียนการแต่งหน้าเทคนิคพิเศษที่ถือว่าเป็นสุดยอดของเทคนิคการแต่งหน้า ความสำเร็จของการทำงานของสถาบันเทคนิคการแต่งหน้า MTI นั้น ยังหมายถึงได้รับรางวัลสุกตาทอง รางวัลยอดเยี่ยมหลายรางวัล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลายปีติดต่อกัน และรวมถึงการเข้าร่วมทำงานกับกองถ่าย MUSIC VEDIO และกองถ่าย ภาพยนตร์ทั้งของไทย และต่างประเทศด้วย

## 1.2 หลักสูตรการสอนของโรงเรียนสอนศิลปะการแต่งหน้า สถาบัน MTI

**หลักสูตรที่ 1** เป็นหลักสูตรสำหรับบุคคลทั่วไป ผู้สนใจที่จะปรับปรุงบุคลิกและความงามในชีวิตประจำวันและงานสังคมในวาระต่างๆ กันออกไป

- อุปกรณ์และวิธีการใช้เครื่องสำอาง
- ทฤษฎีและความเป็นมาของการแต่งหน้า
- ทฤษฎีเกี่ยวกับผิวหนัง การใช้เครื่องสำอางบำรุงผิวและดูแลรักษาผิว
- การแต่งหน้าสวยงาม ทั้งสำหรับตนเองและผู้อื่นในโอกาสต่างๆ กัน เช่น แบบธรรมดา กลางวัน งานกลางคืน การแต่งหน้าเจ้าสาว และการแต่งหน้าตามแฟชั่น

**หลักสูตรที่ 2** เป็นหลักสูตรที่เน้นสำหรับผู้ที่ต้องการประกอบอาชีพ ในการแต่งหน้าสวยงาม สำหรับละครเวที การถ่ายภาพยนตร์ ถ่ายภาพยนตร์ และโทรทัศน์ ให้รู้จักแต่งตามบุคลิกต่างๆ ของตัวละครในฉากนั้น ซึ่งสามารถแบ่งตามขั้นตอนได้ดังต่อไปนี้

- DOCUMENTARY MAKE UP สำหรับผู้แสดงเป็นตัวละครเอก เด็ก นักร้อง ทหาร ให้แต่งตามธรรมชาติ
- STRAIGHT MAKE UP เหมาะสำหรับการแต่งหน้านักแสดงวัยรุ่นทั้งชายและหญิง
- CLEAN BEAUTY MAKE UP เป็นการแต่งหน้าสวยงามสำหรับตัวพระเอก-นางเอก เคมีสีสันเพิ่มเติมมากขึ้น นอกจากนี้ยังใช้แต่งสำหรับผู้ประกาศข่าว คีธกร และการสัมภาษณ์
- GLAMOUR BEAUTY MAKE UP สำหรับบทนางเอก หรือผู้แสดงฝ่ายหญิงที่ต้องการความสวยงามเป็นพิเศษนอกจากนั้น ยังแก้ไขส่วนบกพร่องบนใบหน้ามากที่สุด
- FANTACY MAKE UP เป็นการแต่งหน้าตามแฟชั่นแบบต่างๆ ต้องกลมกลืนกับเสื้อผ้า เครื่องประดับเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย รวมทั้งการทารอยสัก
- STAGE MAKE UP การแต่งหน้าสำหรับละครเวที ฟ้อนรำ ฆ้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**หลักสูตรที่ 3** เป็นการสอนเทคนิคการแต่งหน้าแบบพิเศษ การเปลี่ยนบุคลิกของผู้แสดงงาให้ต่างไปจากเดิม แบ่งเป็น

- OLD AGE MAKE UP การแต่งแก่ทั้งเข้ากล้อง, การถ่ายภาพยนตร์ และละครเวที
- BALD CAP การใส่หัวล้าน เพื่อเปลี่ยนบุคลิกเป็นนักบวช แต่งให้ให้ทั้งแบบสวยงามและแบบไม่เก๋ียศนาคตัว
- HAIR WORK การใส่หนวดเครา รวมทั้งการทำหนวดปลอม และเคราปลอมแบบต่างๆ
- CHARACTER MAKE UP การแต่งบาดแผล รอยฟกช้ำ แผลเป็นรอยกระสุน แผลถูกฟัน

สิ่งที่ได้กล่าวมาแล้วว่าสถาบันเทคนิคการแต่งหน้า MTI (Make up Technique Institute Co.,Ltd) ได้เปิดทำการสอนเมื่อ พ.ศ. 2525 จนมาถึงปัจจุบัน รวมเป็นระยะเวลา 10 ปี เริ่มจากมีนักเรียนเข้ารับการอบรมชั้นละ 8-10 คน จนปัจจุบันเป็นชั้นละ 25 - 30 คน รวมมีนักเรียนที่เข้าจากการอบรมมาทั้งสิ้น 999 คน ซึ่งนักเรียนเหล่านั้นได้ออกไปประกอบอาชีพ และมีชื่อเสียงเป็นช่างแต่งหน้ามืออาชีพ คนสำคัญในวงการการแสดง ภาพยนตร์ และแฟชั่นคือ

นายมนตรี	วิริยะ เข้ม,	นายสุราษฎร์	จักรกฤษ ๗	อนุชยา
นายอรุณ	ไพฑูริย์,	นายอภิชาติ	นร เศรษฐาภรณ์	
นายสมหมาย	เจอมิ่ง,	นายเสกสรรค์	๗	ศะกวี พุ่ง

และปัจจุบันทางสถาบันมีพนักงานประจำอยู่ประมาณ 34 คน เป็นตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์เครื่องสำอางทั่วประเทศไทย

### 1.3 ข้อมูลทางบริษัท (COMPANY PROFILE)

บริษัทสถาบันเทคนิคการแต่งหน้า MTI จำกัด เปิดดำเนินการมากกว่า 10 ปี แบ่งเป็นหน่วยงานดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 1.3.1 แผนการเรียน

- เรียนสอนศิลปะการแต่งหน้า
- เรียนสอนบุคคลิกภาพ

### 1.3.2 แผนบริการการแต่งหน้า

- บริการแต่งหน้าเพื่อแสดงภาพยนตร์ ละครเวที และงานรื่นเริงอื่น ๆ
- บริการแต่งหน้าเพื่อแสดงภาพยนตร์โฆษณา และสื่อโฆษณาอื่น ๆ
- บริการแต่งหน้าเจ้าสาว ทั้งงานและนอกสถานที่

### 1.3.3 แผนการขายตรง

- จำหน่ายเครื่องสำอาง MTI
- เปิดรับสมัคร สาวจำหน่ายเครื่องสำอาง MTI ทั่วประเทศ
- เปิดรับตัวแทนศูนย์จำหน่ายเครื่องสำอาง MTI ทั่วประเทศ
- จัดจำหน่าย และฝึกอบรม สาธิตการแต่งหน้าอย่างถูกวิธี ให้กับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐบาล และเอกชน วิทยุเฉพาะธุรกิจการโรงแรม ซึ่งต้องบนประกันลูกค้าจำนวนมาก

## 1.5 วิเคราะห์รูปแบบการวางตลาดของเครื่องสำอาง MTI

สถาบันเทคนิคการแต่งหน้า MTI (Make up Technique Institute Co., Ltd) เป็นสถาบันที่ผลิตเครื่องสำอางเพื่อสภาพภูมิอากาศ และผิวของคนไทย ซึ่งทางสถาบันมีโรงงานอยู่ ชอยประจู่ สาธุประดิษฐ์ เป็นโรงงานที่ผลิตเครื่องสำอางให้กับบริษัทเครื่องสำอางทุกชนิดที่วางขายในประเทศไทย

บริษัท ILC หรือบริษัท INTER NATIONAL LABORATORY CO.,LTD) เป็นบริษัทในกลุ่มเครื่องสำอางที่ผลิตเครื่องสำอางที่มีบริษัทสังกัดอยู่ประมาณ 300 กว่าบริษัท ซึ่งรวมถึงสถาบันเทคนิคการแต่งหน้า MTI (Make up Technique Institute Co.,Ltd), เคียซ, มิซาฮา และคัพเวอร์มาร์คด้วย

ลักษณะรูปแบบของเครื่องสำอาง MTI ที่วางขายในปัจจุบันมี 3 ชุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชุดที่ 1 Sign Collection เป็นชุดแรกที่ทางบริษัทผลิตขึ้นมา ซึ่งเป็นชุดที่ประกอบด้วย ชุดทาความสะอาดผิว, ชุดบำรุงผิว, ชุดแต่งแก้มสีส้ม, ชุดรองพื้น ซึ่งยกเว้นชุดนวดที่ทางบริษัทไม่ผลิตขึ้นมา ชุด Sign Collection นี้เป็นชุดทดลอง การวางตลาดเป็นชุดแรก การออกแบบ Packaging จึงต้องคำนึงถึงความประณีตเป็นสำคัญ (Packaging) จึงเป็นสีขาว เพื่อลดงบประมาณการผลิต) ซึ่งชุด Sign Collection นี้ได้เป็นที่ยอมรับทั่วไป และถือได้ว่าเป็นชุดหลัก ที่ต้องการผลิตเป็นอันดับแรก ยกเว้นมาคาร่าสีต่างๆ และแป้ง cake สำหรับผู้ชาย ที่ได้หยุดผลิตไปแล้ว เพราะไม่สามารถเข้าถึงตลาดได้

ชุดที่ 2 Designation เป็นชุดเครื่องหอม ซึ่งมักจะจัดทำเป็นรูปของขลุ่ยจะออกจากปลายในวันเทศกาลต่างๆ ซึ่งในชุดนี้ประกอบด้วยเครื่อง, แป้งฝุ่น (จรัชตัว), ารลอยนส์, ครีมอาบผิว, ครีมทาแก้มแคค ซึ่งเป็นการผลิตเพื่อสนองตอบความต้องการของลูกค้าผู้ชายเป็นส่วนใหญ่ กลิ่นที่เลือกใช้จะเป็นกลิ่นหอมเนื้ว ที่สามารถใช้ได้ทั้งผู้หญิงและผู้ชาย

ชุดที่ 3 Original เป็นชุดสีน้ำเงินเข้ม เป็นชุดที่ผลิตขึ้นเพื่อสนองตลาดผู้ที่มีกำลังในการซื้อค่อนข้างมาก แต่ราคาไม่สูงมากนัก ในชุดนี้สีส้มมีหลากหลายมากมาย คล้ายชุด Sign Collection (ชุด Active White) แต่โดยเน้นที่การออกแบบ Packaging มีการใช้ลูกเล่น สามารถเอาสีไปเสกเก็บไว้ในขวดแก้วได้ เพื่อเป็นการง่ายในการพกพา เน้น Slogan ที่ว่า "สะดวกพก สะดวกใช้" ในชุดนี้ไม่มีชุดรองพื้น แต่มี cake line เพิ่มขึ้น มีส่วนผสมของมุกมากขึ้น ยกเว้นในลิปสติกเท่านั้นที่ยังเป็นสีด้านอยู่ ซึ่งทำขึ้นเพื่อเซ่นส่งหน้าคอนแทกกลางคืน เพื่อ "ไปงานราตรีต่างๆ"

#### ความโดดเด่น

- ทางบริษัทให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ การนำหลักการเขียน การเสนอมาเป็นอุปกรณ์ในการขาย และความโดดเด่นในตัวของสินค้าเอง คือ เครื่องสำอาง MTI นี้มีส่วนประกอบของน้ำมากกว่าส่วนประกอบของน้ำมัน ทาาให้รู้สึกเบา สบาย เมื่ออยู่บนใบหน้า ซึ่งต่างจาก เครื่องสำอางทั่วไปที่มีส่วนประกอบของน้ำมันมากกว่าน้ำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในช่วงแรกกลุ่มเป้าหมายจะเป็นผู้ที่ทำงานอยู่ในวงการการแต่งกาย ภาพยนตร์ นางแบบ แฟชั่น ซึ่งมีต่างจากเครื่องสำอางชนิดอื่นว่า ซึ่งมักจะเป็นบุคคลทั่วไป

ความพิเศษหนึ่งก็คือ กลยุทธ์ในการขายของเครื่องสำอาง MTI นั้นใช้วิธี "ปาล้อมเมือง" การนำเครื่องสำอาง MTI ออกไปเผยแพร่ตามต่างจังหวัดก่อนแล้วค่อยขยายเข้ามาในกรุงเทพฯ ซึ่งปัจจุบัน ตลาดในกรุงเทพฯ จะเล็กกว่าตลาดตามต่างจังหวัด

### ขั้นตอนการแต่งหน้าเบื้องต้น

การที่จะทำให้ผิวพรรณจะดูดี ไร้รอยสิวฝ้า จุดด่างดำ ก็ต้องเริ่มจากการดูแลผิวให้ถูกวิธี ล้างหน้าอย่างถูกต้อง ขจัดสิ่งสกปรกให้หมดจด แล้วเช็ดทำความสะอาดอีกครั้ง จึงตามด้วยเครื่องสำอางที่เหมาะสมกับผิว การทนอมผิว จึงเป็นขั้นตอน และขึ้นอยู่กับช่วงเวลาที่เหมาะสมด้วยดังนี้

#### เช้า

เริ่มจากการล้างหน้าด้วย CLEANSING CREAM แล้วล้างหน้าให้ผิวหน้าสดชื่น หรือจะใช้ CLEANSING FOAM ทอทีก็ได้ เสร็จแล้วใช้สาลีซูด LOTION เช็ดผิวหน้าให้ทั่ว ถ้าเป็นคนผิวแห้ง ควรใช้ TONING หรือ MOISTURISING LOTION และใช้ NOURISHING หรือ MOISTURISING CREAM สำหรับบำรุงผิว

แต่ถ้ามีผิวมันหรือผิวธรรมดา ใช้ FEFRESHER หรือ REFRESHING LOTION จะเหมาะสมมากกว่า และบำรุงผิวด้วย NOURISHING หรือ MOISTURISING MILK ซึ่งจะมีมากสำหรับผิวมัน แล้วก็เริ่มขั้นตอนการแต่งหน้าได้เลย

#### เย็น

ลบสีสรรต่างๆ ออกด้วย REMOVING OIL เช็ดที่เบสิคทา แก้มและปากแล้วใช้ CLEANSING CREAM ล้างหน้า เสร็จแล้วจึงเช็ดหน้าด้วย LOTION ล้างหน้าซ้ำอีกครั้งด้วยน้ำเย็น หรือ CLEANSING FOAM สำหรับการบำรุงผิวหน้าแห้ง และมีริ้วรอย ควรใช้ NOURISHING หรือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

NIGHT CREAM และก็ EYE CREAM ส่วนผิวหน้าใช้แป้งเค็กธรรมดาทาหน้าจะดีกว่า

ถ้าต้องแต่งหน้า หรือกำลังจะเริ่มแต่งหน้า ควรแต่งอย่างมีลำดับขั้นคอนควัย เพราะจะทำให้หน้าอย่างสมบูรณ์ที่สุด (แต่มีข้อแม้ว่าจะต้องแต่งหน้าจากการล้างหน้า และบำรุงผิวแล้ว) ซึ่งจะเริ่มกันตาม

- ถ้าใบหน้ามีริ้วรอย ที่ไม่พึงปรารถนา ให้ใช้ผลิตภัณฑ์ ปกปิด เช่น BRAND COVER RED COVER แต่ถ้าผิวหน้าที่อยู่แล้วก็รองพื้นให้เลยด้วยครีมรองพื้น, นํ้านมรองพื้น หรือรองพื้นเค็ก CREAM, MILKY} OR CAKE FOUNDATION)
- ถ้าใช้รูปหน้าที่ไม่ได้สัดส่วน บริเวณหน้าแก้ม, กราม หรือสันจมูก ให้ดูดีขึ้น ด้วยการแต่งเงา ให้ SHADING CREAM และ HI-LIGHT CREAM เพื่อใบหน้าที่มีร่องรอย โดยทาตามรอยลึกต่างๆ เช่น ใต้ตา ข้างจมูก มุมปาก เป็นต้น
- แต่งแก้มแป้งฝุ่น หรือแป้งเค็กก็ได้แล้วแต่ถนัดที่ตัวใบหน้า
- ปัดแก้มด้วย BLUSH ON หรือ CHEEK ON
- ใช้ EYE SHADOW แต่งเปลือกตา และเน้นดวงตาให้คมขึ้น ด้วยการเขียนเส้นขอบตา โดย EYS LINER แล้วตามด้วย MASCARA ปัดขนตาให้ดูหนาขึ้น
- คิ้วที่บางหรือแถม หรือขึ้นระเกะระกะไม่ให้รูป ถ้าถอนได้ ก็เอาได้ ก็ทาอะเกอะ แล้วใช้ดินสอยเขียนคิ้ว EYE BROW PENCIL แต่งให้สวยตามใจ MASCARA ที่หมกแล้ว หรือถ้ากลัวจะหมกนั้นแหละคือของดี ใช้ปัดคิ้วให้เรียงเป็นระเบียบได้เลย
- แล้วก็ถึงขั้นสุดท้าย คือการทา LIPSTICK เลือกสีให้เข้ากับเครื่องแต่งกาย และสี EYE SHADOW ที่แต่งไว้ ใช้ LIP gloss ทาทับอีกครึ่งเล็กน้อย เพื่อให้ปากดูอิ่มและเป็นประกาย

ข้อสำคัญของการแต่งหน้า คือ อย่างแต่งหน้าด้วยสีล้วนๆ รูปแบบเดียวซ้ำซากจำเจ การเลือกใช้สีที่อ่อนและเบาบาง ทาให้ดูเค็กสงวนบางโอกาส สีที่คมเข้ม จะทาให้ดูเบรียวเฉียวหรือลึกลับ ซึ่งจะต้องแต่งให้เข้ากับเวลา โอกาส สถานที่ และกาลเทศะด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 1.4 วิเคราะห์ภาพพจน์ของสถาบันฯ

คนที่ว่าเบเริ่มรู้จัก และยอมรับในตัวสถาบันเทคนิคสอนการแต่งหน้า MTI และเริ่มหันเข้ามาใช้ผลิตภัณฑ์บริการและเข้ารับการอบรมมากขึ้น จะเห็นได้จากจำนวนนักเรียนที่เข้ามารับการอบรม และจำนวนยอดขายที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งไม่จำกัดเฉพาะ ช่างแต่งหน้ามืออาชีพ หรือ กลุ่มคนบางกลุ่มเท่านั้น

#### คำขวัญ (Slogan)

ของทางสถาบันเทคนิคการแต่งหน้า "เราจะทำให้คุณสวย"

#### สัญลักษณ์ (Logo) ใช้อักษร 3 ตัว คือ MTI

M ย่อมาจาก Make up

T ย่อมาจาก Technique

I ย่อมาจาก Institute

สที่นำช้ เป็นหลักและจดทะเบียนคือ สีน้าตาล แต่สามารถเปลี่ยนแบบลงสีได้

ตามสถานการณ์การใช้งาน

#### แนวความคิด (Concept)

ยึดผลิตภัณฑ์เป็นหลัก และการบริการของสถาบันฯ เป็นส่วนรองลงมา

#### วิเคราะห์ตลาด (Market Analysis)

คู่แข่ง มี 2 ระบบ

1. ขายตรง (Direct Sale) ได้แก่ เอวอน มีสทิน นูทร-เมคิส
2. ขายวางขาย (Counter Sale) ได้แก่ คัทเวอร์มาร์ค เฟียช มิซาซ่า  
คิวเพรส ฯลฯ

#### 1.5 วิเคราะห์ตลาด และคู่แข่งของสถาบันเทคนิคการแต่งหน้า MTI

เนื่องด้วยสถาบัน MTI นั้นเป็นสถาบันแห่งแรกแห่งเดียวที่มีการเรียนการสอน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เทคนิคการแต่งหน้าขั้นพื้นฐานและ เทคนิคพิเศษ และเป็นแห่งเดียวที่ได้รับรองวิทยฐานะ จากกระทรวงศึกษาธิการ

ตั้งนี้คู่แข่งทางตรงของทางสถาบันนั้นอาจจะกล่าวได้ว่าไม่มี ซึ่งในปัจจุบันมีสถาบัน สอนเทคนิคการแต่งหน้าเกิดขึ้นมากมาย เช่น สถาบันริตเซ่, สถาบันเคสึ เป็นต้น ไม่อาจจะ เรียกว่า เป็นคู่แข่งได้เพราะ

- 5.1.1 ไม่ได้รับการรับรองวิทยฐานะจากกระทรวงศึกษาธิการ
- 5.1.2 สถาบันอื่น ๆ นั้นสอนเฉพาะการแต่งหน้าขั้นพื้นฐานเท่านั้น ไม่ได้สอนการแต่ง หน้า เทคนิคพิเศษ จึงส่งสถาบัน MPI
- 5.1.3 สถาบันอื่น ๆ นั้น ได้ส่งพนักงานของตนเข้ารับการอบรมการแต่งหน้าจากสถาบัน MPI เมื่อสำเร็จแล้วจึงกลับไปทำการเปิดสอนในสถาบันของตน
- 5.1.4 กลุ่มเป้าหมายคนละกลุ่ม คือ สามารถสังเกตได้จาก ค่าสมัครเข้ารับการ อบรมนั้นมีราคาต่างกันอย่างเห็นได้ชัด เช่น สถาบัน MPI เรียกเก็บค่าเข้ารับการอบรม 3 หลักสูตร 24,000 บาท  
รวมอุปกรณ์  
สถาบันริตเซ่ เรียกเก็บค่าเข้ารับการอบรมทุกหลักสูตรรวม 30,000 บาทขึ้นไป  
สถาบันเคสึ เรียกเก็บค่าเข้ารับการอบรมทุกหลักสูตรรวม 70,000 บาทขึ้นไป

(ตั้งที่กล่าวไว้แล้ว สถาบันอื่น ๆ นั้นสอนเทคนิคการแต่งหน้าขั้นพื้นฐาน จึงสามารถ เปรียบเท่าหลักสูตรการเรียนการสอนของสถาบัน MPI ในหลักสูตร 1 และ หลักสูตร 2 เท่านั้น ซึ่งมีความหลักสูตรละ 8,000 บาท รวมอุปกรณ์ ฉะนั้น 2 หลักสูตรก็จะเสียค่าใช้จ่ายประมาณ 16,000 บาทเท่านั้น)

#### กลุ่มเป้าหมายของสถาบัน MPI

1. ผู้ที่ตกงาน หรือกำลังต้องการ เปลี่ยนงาน หรือหางานทำใหม่
2. บุคคลทั่วไปที่มีงานทำประจำในเวลากลางวัน หรือนิสิต นักศึกษา
3. ผู้ที่มีเวลาว่างมาก ต้องการหางานอดิเรกทำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4. ผู้ที่มีเงินใช้เหลือเฟือ ต้องการเรียนต่อเวลา และต้องการพบปะผู้คนประเภทต่างๆ

ดังที่เล่ากล่าวไปแล้วว่า ทางบริษัทสถาบันเทคนิคการช่างหน้า MTI (Make up Technique Institute Co.,Ltd.) มีตลาดทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ขาย εκείนั้น ไม่สามารถแจกแจงได้ชัดเจน สรุปว่า ตลาดทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดนั้น สามารถขายผลิตภัณฑ์ได้ทุกชนิด แต่ตลาดทางต่างจังหวัดนั้น จะมีขอบเขตที่กว้างกว่า

รายชื่อสาขาต่างจังหวัดที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ เครื่องสำอาง MTI มีดังนี้

- |                         |                     |
|-------------------------|---------------------|
| 1. สาขาเชียงใหม่        | 16. สาขาสุพรรณบุรี  |
| 2. สาขาฉะเชิงเทรา       | 17. สาขาพิษณุโลก    |
| 3. สาขาฉะเชิงเทรา       | 18. สาขาระยอง       |
| 4. สาขาจันทบุรี         | 19. สาขานครราชสีมา  |
| 5. สาขาท่าเรือ จันทบุรี | 20. สาขาสกลนคร      |
| 6. สาขาขอนแก่น          | 21. สาขาอุดรธานี    |
| 7. สาขาบุรีรัมย์        | 22. สาขาสมุทรสาคร   |
| 8. สาขาสระบุรี          | 23. สาขาตราด        |
| 9. สาขาหัวหิน           | 24. สาขาชลบุรี      |
| 10. สาขานครสวรรค์       | 25. สาขาอุบลราชธานี |
| 11. สาขาแพร่            | 26. สาขาอยุธยา      |
| 12. สาขาพิจิตร          | 27. สาขาแม่สอด      |
| 13. สาขานครนายก         | 28. สาขาสมุทรสงคราม |
| 14. สาขาบางเลน          | 29. สาขาปราจีนบุรี  |
| 15. สาขานครปฐม          |                     |

รายชื่อสาขาในกรุงเทพฯ ที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ เครื่องสำอาง MTI มีดังนี้

- |                   |                   |
|-------------------|-------------------|
| 1. สาขาสะพานใหม่  | 8. สาขาจตุจักร    |
| 2. สาขาสยามแชนแนล | 9. สาขาถนนวิภาวดี |
| 3. สาขาบางเขน     | 10. สาขาบางพลัด   |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- |                 |                                  |
|-----------------|----------------------------------|
| 4. สาขาปากน้ำ   | 11. สาขาโอเคียน                  |
| 5. สาขาปทุมวัน  | 12. สาขาบางแค                    |
| 6. สาขาปากเกร็ด | 13. สาขาโชคชัยร่วมมิตร (วิภาวดี) |
| 7. สาขานนทบุรี  | 14. สาขาสุชาภิบาล 1              |

## 1.6 คำนำ (INTRODUCTION)

ตลาดเครื่องสำอางระบบขายตรงในประเทศไทย เริ่มขึ้นในปี 2521 เริ่มด้วยเครื่องสำอาง AVON จากสหรัฐอเมริกา มาเปิดตลาดเป็นเจ้าแรก ศึกษาระบบขายตรงแบบชั้นเดียว ตามมาด้วย POLA จากญี่ปุ่น ซึ่งขายในระบบขายตรงแบบชั้นเดียวเช่นกัน และ NUTRI-METICS จากสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นบริษัทแรกที่เปิดระบบขายแบบหลายชั้น จนในปัจจุบันนี้มีบริษัทเครื่องสำอางระบบขายตรงมากมายหลายบริษัท อาทิเช่น AMWAY, MISTINE, YVES ROCHER, MARY KAY, YVES MICHELLE ฯลฯ ตลาดเครื่องสำอางระบบขายตรงปัจจุบันมีมูลค่า 2,000 ล้านบาทต่อปี ประกอบกับมีคู่แข่งมากขึ้น จึงมีการแข่งขันกันสูงมากในทุกๆ ด้าน จึงจำเป็นต้องนำกลยุทธ์วิธีการขายแบบต่างๆ ตลอดจนสื่อโฆษณา มาช่วยเสริม เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างได้ผล

### 1.6.1 ระบบขายตรง : ราคา (DIRECTION SELLING : PRICING)

สินค้าในระบบขายตรงเกือบทุกรูปแบบ มักจะมีสินค้ามากมายชนิดและจัดแบ่งสินค้าออกเป็นหลายกลุ่ม ซึ่งจะมีราคาต่างกัน ทั้งนี้เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายให้ทั้งครอบครัวและหลายระดับชั้น ไม่ว่ามีรายได้สูงค่า ไม่ว่าจะอยู่ในวัยใดและไม่ว่าจะเป็นหญิงหรือชาย

อย่างไรก็ตามโดยภาพรวมๆ ของเครื่องสำอางระบบขายตรง ยังอาจแบ่งระดับว่าอยู่ในราคาระดับใดได้จากราคาของสินค้าส่วนเหลือหรือสินค้าที่เป็นตัวหลัก ดังนี้

ราคาต่อหน่วยสูง ได้แก่ โพล่า คีฟเวอร์มาร์ค บูทซ์-เมคิลส์

ราคาต่อหน่วยถูก ได้แก่ เอลลอน มิสทิน คิวท์เพรส แอมเวย์ MTI

ระบบขายตรง : กลุ่มเป้าหมาย (DIRECT SELLING : CONSUMER)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดยู่กลุ่มเป้าหมายของเครื่องสำอางระบบขายตรง มักจะครอบคลุมกว้างขวางรวมหมดทั้งครอบครัว ทุกวัย ทุกระดับชั้น แต่สามารถแบ่งเครื่องสำอางระบบขายตรงตามกลุ่มเป้าหมายหลักของเครื่องสำอางแต่ละชนิดได้จากสินค้าส่วนใหญ่หรือสินค้าหลักของแต่ละบริษัท ดังนี้คือ

สตรีอายุ 15 - 35 ปี ได้แก่ เอวอน มีสกิน คิวท์เพรส

เกรด C+ - B มีรายห้ 2,000 บาท/เดือนขึ้นไป

สตรีอายุ 15 - 35 ปี ได้แก่ MTI บูทรี-เมคคิส จีหลา แมรี่ เจย์

เกรด B - A+ มีรายห้ 5,000 บาท/เดือนขึ้นไป

#### ความถี่ในการซื้อ (CONSUMPTION)

ปัจจุบันเครื่องสำอางเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้หญิงเริ่มตั้งแต่วัยรุ่นเป็นต้นไป โดยเฉพาะสตรีที่ชอบแต่งตัวทันสมัยความแพ้น้ำมักจะมีซื้อบ่อยขึ้น เพื่อเปลี่ยนแปลงและรูปแบบความแพ้น้ำบ่อย

สตรีวัย 25 ปีขึ้นไป เกรด A - B ส่วนใหญ่ใช้เครื่องสำอางทุกวัน มักจะใช้ครบทั้งชุดคือ ชุดถอนขนแวและชุดแต่งหน้า ขลุ

สตรีวัย 15 - 20 ปี เกรด B - C ส่วนใหญ่ใช้เครื่องสำอางเป็นบางโอกาส และส่วนใหญ่นิยมใช้ชุดถอนขนแวเป็นประจำ

#### การตัดสินใจซื้อ (DESIRED ATTRIBUTES)

ผู้หญิงใช้เครื่องสำอางเพราะต้องการให้ดูสวยขึ้น ดูดีเกินกว่าเดิม ความสวยงามของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่ง กลิ่นของสินค้านั้นๆ เป็นสิ่งดึงดูดใจให้สนใจเป็นอันดับแรก และคุณภาพของสินค้า เป็นสิ่งที่จะนำมาพิจารณา เป็นหลักในการตัดสินใจซื้อ

การบริการ การสาธิตและการแนะนำความรู้ในการแต่งหน้าต่างๆ นับเป็นกลเม็ดสำคัญอีกสิ่งหนึ่งที่ช่วยทำให้เกิดการตัดสินใจในการสั่งซื้อ

ระบบขายตรง : ภาพพจน์ (DIRECT SELLING : IMAGE)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การขายตรง เป็นการขายที่เข้ามาถึงตัวผู้บริโภค ซึ่งพนักงานขายมักจะไปเสนอขายให้กับญาติพี่น้อง เพื่อนหรือคนที่รู้จักที่แนะนำกันก่อน มา บรรยายภาคีในการขายจึงค่อนข้างสะดวกและเป็นกันเอง ประกอบกับสตรีในปัจจุบันต้องทำงานนอกบ้านกันเป็นส่วนมาก การเดินทางในเมืองไม่ค่อยสะดวก จึงมีเวลาในการซื้อสินค้าต่างๆ น้อยลง

นอกจากนี้การขายในระบบขายตรงในปัจจุบัน ยังมุ่งเข้าสู่แหล่งที่เป็นที่รวมของสตรี เช่น สถานับริการความงามต่างๆ ซึ่งสถานที่เหล่านี้จะเป็นที่รวมของบรรดาสตรีที่รักสวยรักงาม และมีกำลังซื้อ ประกอบกับความคุ้นเคย และการให้บริการบริการแก่หน้า นวดหน้า ซึ่งตรงกับความต้องการ ของผู้บริโภคอยู่แล้ว จึงช่วยให้การขายได้ผลยิ่งขึ้น

ระบบขายตรง : การซื้อ (DIRECT SELLING : PURCHASE)

ในระบบขายตรงมี FACTOR 5 ประการ ที่ช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าสั่งซื้อได้ คือ

1. ความเห็นเพื่อน ญาติ คนรู้จักคุ้นเคยกัน
2. การสาธิตถึงคุณภาพของสินค้าและให้ลูกค้า ได้ทดลองใช้ด้วยตนเอง
3. การแนะนำวิธีการและความรู้ในการ เสริมแต่งให้กับลูกค้าทำให้เกิดความสนใจ
4. การจูงใจ PROMOTION เพื่อกระตุ้นการขาย
5. การแนะนำกันก่อนไป

เอ็ม ที ไอ : ภาพพจน์ (MTI : BRAND IMAGE)

MTI เป็นเครื่องสำอางที่มีกำเนิดมาจากสถาบันเทคนิคการแต่งหน้า ซึ่งให้ผลิตภัณฑ์แต่งหน้า มีเอกลักษณ์ที่มีความชำนาญในการแต่งหน้าทั้งแบบ นึกแสดง คาราบาพยนตร์ มาเป็นเวลานาน บุคคลต่างๆ ในวงการแฟชั่น ละครเวที และการแสดงต่างๆ จึงรู้จักและจดจำชื่อเสียงของสถาบันเทคนิคการแต่งหน้ามากกว่า ชื่อของเครื่องสำอาง MTI

#### 1.6.2 วิเคราะห์ตลาดคู่แข่งเครื่องสำอางระบบขายตรง (DIRECT SALE)

ปัจจุบันตลาดเครื่องสำอางมีสมรรถภูมิการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ซึ่งสามารถแบ่งวิธีการหาธุรกิจออกเป็น 2 วิธี คือ

Single Level ได้แก่ เอออน มีสฟิน ยีฟิชเชล และสกินเมท

Multi Level ได้แก่ แมรี่เคย์ บูทซ์ เมคิสส์ ออริเฟม และ แอมเวย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### แอมเวย์ (AMWAY)

บริษัท แอมเวย์(ประเทศไทย) เป็นบริษัทยักษ์ใหญ่ขายตรงจากอเมริกา มียอดขายทั่วโลก 50,000 ล้านดอลลาร์ ในช่วง 2532 เมื่อเข้าสู่เมืองไทย ใช้เวลาเพียง 3 ปี ยอดขายก็เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ขายออกขายรวมได้ถึง 700 ล้านดอลลาร์ ในช่วงปีงบประมาณ 2532 ของบริษัท ซึ่งไม่น้อยไปกว่าบริษัทยักษ์ใหญ่อย่างแอมซอน ที่อยู่ในตลาดมาก่อน

แอมเวย์มีสินค้าในระบบการขายตรงทุกประเภท การเจริญเติบโตของแอมเวย์นั้น เคยได้รับการตรวจสอบเข้มงวดในอเมริกาถึง 6 ปี ด้วยข้อสงสัยว่า ระบบการขายแบบ Multi Level ของแอมเวย์เป็นระบบแบบพีระมิดที่ผิดกฎหมาย และเป็นแผนการหาประโยชน์จากการหาคนเข้าร่วม เป็นสมาชิกมากกว่าการ เน้นการขายสินค้า

แอมเวย์ในเมืองไทยได้รับการตรวจสอบแล้วว่า เป็นบริษัทที่มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ความสำเร็จของแอมเวย์จึงได้มาด้วยกลยุทธ์ 3 ประการ คือ คุณภาพของสินค้า การสร้างผู้นำในระบบขายตรงที่มีประสิทธิภาพ และการให้โอกาสในการทำธุรกิจอิสระที่เป็นของตัวเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เนื่องจากแอมเวย์เป็นบริษัทที่ขายสินค้าหลายอย่าง จึงต้องเผชิญสภาพคู่แข่งหลายทาง ทั้งนี้ แอมเวย์จึงต้องมีจุดเด่นของสินค้าที่เหนือกว่าคือ ให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาสินค้า (R&D) วัตถุประสงค์ของการขายสินค้าแอมเวย์อยู่ที่การรับประกันความพอใจ ซึ่งผู้บริโภคนำสินค้ามาใช้สามารถคืนเงินค่าสินค้าครบตามจำนวนที่จ่ายไป หากพบว่าสินค้าไม่จริง ทั้งตัวสินค้าและ Packaging (พลาสติกซิ๊งค์เป็นซีดีเอาออกใช้)

ระบบการขายเป็นแบบขายผ่านแค็ตตาล็อก กลยุทธ์สำคัญ อีก 2 ประการ คือ ระบบขายตรงที่สร้างผู้จำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ และการให้โอกาสงานการทำธุรกิจอิสระของตัวเอง จุดที่ทำให้ธุรกิจขายตรงของแอมเวย์ได้รับความสนใจอย่างกว้างขวาง คือ ประการแรก เริ่มจากการเป็นผู้จำหน่ายตรง เสียค่าธรรมเนียมเพียง 500 บาท และยังได้รับคืนทั้งหมดถ้าเบรียนางกายในระยะเวลา 3 เดือน ประการที่สอง สินค้าที่มีจำนวนมาก ครอบคลุมความต้องการของลูกค้าได้ทุกจุด ประการที่สาม ความเกรงใจ เป็นส่วนผลักดันในการตัดสินใจ เพื่อตัดสินใจแล้ว เห็นผลประโยชน์จริงๆ ก็ใช้สินค้านั้นต่อไป

#### แอมเวย์ (AVON)

แอมเวย์ เป็นบริษัทยักษ์ใหญ่ในคลาคลั่งเครื่องสำอางขายตรงที่มียอดขายในปีที่ผ่านมา 700 ล้านดอลลาร์ แต่ที่ได้รับผลกระทบจากการขยายตัวของแอมเวย์จะยังไม่รุนแรงรูปแบบขายตรงของแอมเวย์เป็นแบบ Single Level ซึ่งผู้ขายตรงจะขึ้นโดยตรงกับบริษัท ไม่ขึ้นกับหัวหน้ากลุ่มอีก เช่นระบบ Multi Level จุดเด่นของระบบนี้ คือ ทำให้บริษัทสามารถดูแลผู้ขายตรงที่เรียกว่า ตัวจำหน่ายให้ทั่วถึงโดยตรง การมอบหมายนโยบายการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสินค้าก็สามารถขายได้ในราคาต่ำกว่า แรงจูงใจที่ให้กับผู้จำหน่ายในรูปแบบผลตอบแทน และโอกาสต่างๆ น้อยกว่าระบบ Multi Level ทำให้ขยายตัวได้ช้ากว่า

ปัจจุบัน แอมเวย์แบ่งเป็น 113 เขต การจำหน่ายทั่วประเทศ แต่ละเขตจะมีผู้จัดการเขต ซึ่งเป็นพนักงานเงินเดือนของบริษัท ดูแลรับผิดชอบ ปัจจุบันมีสาวแอมเวย์ 40,000 คน การแบ่งส่วนทางการบริหาร เป็นลักษณะแยกตามสินค้าแทนที่ระบบเคม คือ แยกตามกลุ่มสินค้าแทนที่ระบบเคม คือ แยกตามชนิดสินค้า

จุดเด่นของแอมเวย์ก็คือ การมองและพยายาม เป็นผู้นำในคลาคลั่งเครื่องสำอางและมุ่งหมายขายในระบบ Single Level ซึ่งสามารถถือเข้ามาเป็นแม่แบบในการทำการค้าระบบขายตรงคือ การทำคลาคลั่งให้รับสินค้าใหม่ การบริการขั้น และการโฆษณาประชาสัมพันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### มิสทิน (MISTINE)

มิสทินเป็นระบบขายตรงแบบ Single Level ซึ่งกึ่งเป้าหมายยอดขายรายปีประมาณ 650 ล้านบาท ซึ่งจากการทำโฆษณาในช่วงที่ผ่านมา ทำให้ผู้บริโภครู้จักมิสทินอย่างกว้างขวาง เป็นการประหยัดเวลาในการสร้างตลาด

มิสทินมีสินค้าอยู่ 728 รายการ ทั้งเครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความสวย ความงาม มีสาวจำหน่ายอยู่ประมาณ 30,000 คน เป้าหมายของมิสทินจะเพิ่มจำนวนเชกชั้นอีกเท่าตัวเป็น 120 เชก ขึ้นปีหน้าเพื่อให้สินค้าของมิสทินเข้าถึงทุกบ้าน

### นูทรี เมคิกส์ (NUTRE - MATIC)

นูทรี เมคิกส์ เป็นธุรกิจขายตรงอีกค่ายหนึ่งในกลุ่มเครื่องสำอางที่ฝึกแนวงานใช้รูปแบบ Multi Level ซึ่งเป็นเบอร์เซ็นต์การขายสูงสุดถึง 50 เบอร์เซ็นต์ นอกจากการอบรมขึ้นเพื่อการกระตุ้นผู้จำหน่ายด้วยการแจกตามบ้าน ที่กิน แจกรถ จุดที่การแข่งขันรุนแรงขึ้น ได้ขยายสินค้าจากเครื่องสำอางสกินแคร์ไปสู่สินค้า CONSUMER PRODUCTS อย่างน้ำยาล้างจาน และอาหารเสริม ซึ่งล่าสุดได้ออกสินค้าใหม่อีกหลายตัว เพื่อเตรียมการออกสู่ตลาด นอกจากนั้นยังมีการสร้างโรงงานผลิตขึ้นอีกแห่งหนึ่งโดยร่วมทุนกับญี่ปุ่น คือ คาดว่าจะมียอดขายไม่ต่ำกว่า 250 ล้านบาท

### อีพีเซล

อีพีเซล เป็นสินค้าที่ใช้ระบบขายตรงแบบ Single Level มีสินค้าเกี่ยวกับความสวยความงาม ทั้งร่างกายและภคยานบ้าน มีสาวจำหน่ายประมาณ 6000 คน มีเชกจำหน่าย 40 เชกทั่วประเทศ มีการโฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ที่เรียกว่า "แนะนำมืออาชีพ" จัดขึ้นมา เพื่อเสริมทีมผู้จำหน่าย เป็นรายการกระตุ้นให้ผู้จำหน่ายแนะนำ เพื่อนและคนรู้จัก เข้ามาเป็นผู้จำหน่ายมากขึ้น

อีพีเซลจะเพิ่มจำนวนสินค้าอีก 60 - 80 รายการ รางวัลก็เสริมขึ้นอย่างต่อเนื่อง และกำลังศึกษาเกี่ยวกับสินค้าเน้นสำหรับวัยรุ่น วัยทำงาน วัยผู้หญ่ ปัจจุบันมีสินค้าทั้งหมด 100 กว่ารายการ มีการเสริมทีมขายเพื่อให้สาวจำหน่ายเลือกขายสินค้าของตนทั้งในด้านรางวัล การพัฒนาคุณภาพสินค้า และ Packaging ที่ต้องสวยดี และขายง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6.3 วิเคราะห์สถานการณ์

จุดเด่น

1. เครื่องสำอาง MTI มีสถาบันเทคนิคการแต่งหน้า ที่วงการแฟชั่นโฆษณา และนักแสดงต่างๆ ให้ความเชื่อถือ ใช้บริการจากนักแต่งหน้ามืออาชีพ และใช้เครื่องสำอาง MTI ในการทำงานต่างๆ
2. เครื่องสำอาง MTI มีชุดแต่งหน้าที่มีชุดรองพื้นที่จะช่วยปรับโครงสร้างของใบหน้าลดจุดด้อยและเน้นจุดเด่นให้กับใบหน้า และยังมีสีสันทันตามากมาย
3. เครื่องสำอาง MTI มีชุดถนอมผิวที่สังเคราะห์มาจากบาริส ที่มีคุณภาพสูง
4. เครื่องสำอาง MTI เน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นหลัก
5. เครื่องสำอาง MTI มีการสอนเทคนิคแต่งหน้าตั้งแต่ขั้นพื้นฐานจนถึงขั้นมืออาชีพ ให้แก่สมาชิก

จุดด้อย

1. เป็นที่รู้จักแต่เฉพาะงานวงการนักแสดง นางแบบ และโฆษณา ส่วนในระดับประชาชนทั่วไปยังไม่ค่อยรู้จักผลิตภัณฑ์นี้
2. มีผลิตภัณฑ์อยู่น้อยชนิดเมื่อเทียบกับเครื่องสำอางระบบขายตรงอื่นๆ
3. ไม่มีรายการ PROMOTION พิเศษสำหรับลูกค้า

วัตถุประสงค์การโฆษณา (ADVERTISING OBJECTIVES)

- เพื่อให้เกิด BRAND AWARENESS ให้สินค้าเป็นที่รู้จักแพร่หลาย
- เพื่อ RECRUIT หาสมาชิกและตัวแทนที่เป็นศูนย์บริการ
- เพื่อเพิ่มยอดขาย

กลุ่มเป้าหมาย (CONSUMER)

MTI เป็นเครื่องสำอางระบบขายตรงที่ขายผ่านศูนย์บริการและศูนย์บริการจะยกสมาชิกอีกทอดหนึ่ง จึงมีกลุ่มเป้าหมายดังนี้

86642

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### กลุ่มเป้าหมายหลัก

- สมาชิกหรือตัวแทนที่จะเป็นศูนย์บริการ เช่น ร้านเสริมสวยต่างๆ ในระดับเกรด A - B

### กลุ่มเป้าหมายรอง

- ผู้หญิงอายุ 20 ปีขึ้นไป เกรด B - C นักศึกษา แม่บ้าน ผู้หญิงทำงาน
- ผู้หญิงชั้นสูงในสังคม

#### 1.6.4 กลยุทธ์การโฆษณา (ADVERTISING STRATEGY)

เนื่องจาก MTI มีระบบการขายเป็นแบบกึ่ง COUNTER SALE ผสมกับ DIRECT SALE การโฆษณาจึงต้องครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นทั้งผู้ที่จะเป็นศูนย์บริการ สมาชิก และผู้บริหาร หากแต่ภาพพจน์ของ MTI ยังสับสนอยู่ระหว่างสถาบันและเครื่องสำอาง ดังนั้น โฆษณาจึงจำเป็นต้องเน้นภาพพจน์ของเครื่องสำอาง MTI ให้มากขึ้นเพื่อให้เกิด BRAND AWARENESS ที่สินค้ามากกว่าที่สถาบันฯ และเสริมด้วยการ PRECRUIT หาสมาชิก และศูนย์บริการ โดยจะเน้นสิ่งต่างๆ ดังนี้

- เครื่องสำอาง MTI
- PROFESSIONAL MAKE UP
- ผลิตภัณฑ์ที่เด่นๆ เช่น ชูคแต่งหน้า, ชูค ACTIVE WHITE

#### 1.7 ระบบวางขาย : ราคา (DIRECTION SELLING : PRICING)

ตลาดเครื่องสำอางปี 2535 เริ่มส่อเค้ารุ่งแรงขึ้นเรื่อยๆ สาเหตุหนึ่งอาจจะเนื่องมาจากการไหลทะลักเข้ามา จะมีผลทำให้เครื่องสำอางที่อิมพอร์ตจากต่างประเทศ มีต้นทุนลดลง ซึ่งคงจะทำให้การบริกรรุ่งแรงขึ้น และสิ่งหนึ่งที่จะทำให้เกิดการแข่งขันรอบรู้นั้นก็คือการแข่งขันชิงพื้นที่กันห้างสรรพสินค้าที่ถึงยุคทองระบายนอกชาย ซึ่งปัจจุบันเนื่องจากมีแบรนด์ใหม่ๆ เข้าตลาดมามาก ทำให้พื้นที่การขายในห้างค่อนข้างจำกัด โอกาสที่จะส่งแบรนด์ใหม่เข้าตลาดมาจึงค่อนข้างลำบาก เพราะทางห้างมีแผนใจว่าจะขายได้ โอกาสที่จะวางในห้าง จึงมีค่อนข้างน้อย ฉะนั้นแบรนด์ต่างๆ เหล่านี้จึงพยายามที่จะหาทุกวิถีทางที่จะเข้าห้างฯ ใต้โต๊ะ ฉะนั้นวิธีการรับระบายนอกชายกับห้างก็กลายเป็นวิธีหนึ่งที่จะเป็นข้อต่อรอง ให้ห้างยินยอมมาให้พื้นที่ขายแก่แบรนด์นั้นๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซึ่งทั้งแปดก็จนกระทั่งถึงปัจจุบันนี้วิธีการรับประกันยอดขาย ไม่เคยถูกนำมาใช้เลย และการที่แบรนด์หนึ่ง แบรนด์ใดจะ“ได้พื้นที่ขาย”ในเพียงแต่มีการนำเสนอแผนงานการตลาดแบรนด์นั้นให้ทางฯ ได้ประจักษ์ เมื่อทางฯ หวังพอใจและมั่นใจ โอกาสที่จะ“ได้พื้นที่การ”ขายก็“ได้มา”อย่างไม่ยากเย็นนัก

เชื่อเหลือเกินว่าเมื่อมีผู้นำที่ย่อมจะมีผู้ตามในอนาคต ซึ่งถ้าแบรนด์นี้ระบาคบทำการแข่งขันแย่งชิงพื้นที่ในห้างสรรพสินค้า คงจะเป็นสมรภูมิที่ดุเดือด แต่ผู้ที่จะได้รับผลประโยชน์... ผู้คนก็คือ ทางสรรพสินค้านั่นเอง

### เพ็ชร์ เจริญแผน (GLOBAL MARKETING

เพ็ชร์ จัดได้ว่าเป็นเครื่องสำอางที่ถือกำเนิดมาในประเทศไทย ที่เป็นแหล่งกำเนิดเครื่องสำอางทั้ง หลายแบรนด์ แต่บริษัทเพ็ชร์ ในตัวนั้น ก็มิใช่บริษัทที่ใหญ่ และประสบความสำเร็จมากนักในตลาดญี่ปุ่น

แต่สำหรับในตลาดเมืองไทย เมื่อสายเอเชียเข้ามาทำตลาดในเมืองไทย ด้วยความร่วมมือกันของทั้ง 2 ฝ่าย จึงเหมาะแก่การที่ทางญี่ปุ่นมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเข้าสู่กับสภาพผิว และรสนิยมของคนไทย บวกกับการทำตลาดอย่างหนักหน่วงของสายเอเชีย (ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ในเครือเดียวกับเครื่องสำอาง MTE) ส่งผลทำให้เพ็ชร์สามารถขยายตัวได้อย่างรวดเร็ว และถือได้ว่าเป็นมาร์เก็ตลีดเดอร์ ในตลาดปัจจุบัน โดยมียอดขายประมาณ 700 ล้านบาท ที่สำคัญยังมีเครื่องสำอางแบรนด์ใดที่จะเข้ามาทรานส์ฟอร์มเพ็ชร์ได้ เนื่องจากการที่เพ็ชร์มีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา มีสินค้าใหม่อยู่เสมอ มีการทำตลาดได้แรง และเร็วทันกับความต้องการของคนไทยจนทำให้เพ็ชร์กลายเป็นสินค้าที่อยู่คู่กับคนไทยมานานกว่า 27 ปี

ปัจจุบันสินค้าของเพ็ชร์มีแทบจะทุกเช็กล์ แต่สินค้าที่ขายออกขายให้กับเพ็ชร์สูงที่สุดนั้นคือ แป้ง ที่อยู่ในชุด SUPER BEAUTY CARE ที่มีสารกันแดดผสมอยู่ รองลงมาก็คือ สกินแคร์ ชุดโบรียเฟรมมิ่ง ที่มีการใช้ผู้บริโภคมี่การผสมเอง แต่อย่างไรเพ็ชร์ก็ยังไม่มีการหยุดยั้ง มีการพัฒนาสินค้าวิจัยต่อไป ด้วยทีมนักวิชาการในระดับ ซีเอสซีเคมีเกสซ์ และอื่น ๆ กว่า 10 คน ทำงให้มีสินค้าใหม่ ๆ พัฒนาออกมาให้ตลอดเวลา ล่าสุดก็มีการลั่นช้ “GEM BEAUTY” ที่เป็นสินค้าใหม่คู่กับฉันทมิว่าผู้ที่อยู่ราศีนี้ มีเครื่องประดับประจำราศีเป็นอะไร ก็จะมีสินค้าการแต่งหน้าให้เข้ากับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงินทุนของเครื่องประดับ และราคาหรือรวมทั้งการเบรรมทอย่างหนักหน่วง จนทำให้ผู้คนที่ได้รับ  
ความสนใจจากผู้บริภคไม่ใช่น้อย

จากการประสบความสำเร็จอย่างงดงามในตลาดเมืองไทยนั่นเอง ทำให้เพียง  
เตรียมที่จะเบรรมทร่วมกับแบรนด์ดังๆ ทั่วโลก ด้วยการใช้กลยุทธ์ GLOBAL MARKETING เจก  
เท่านั้นคำคณฐ์เมอร์ทั้งหลาย ที่ประสบความสำเร็จในประเทศต่างๆ แล้วขยายไปทั่วโลก ซึ่ง  
เป็นสินค้าแบรนด์เดียวกัน มีการทำตลาดและมีการออกสินค้าใหม่ๆ ทั้งทั่วโลกเหมือนกัน

ความพยายามของเพียงจนทำให้ประสบความสำเร็จอย่างงดงามในแถบเอเชีย ทำ  
าให้เพียงเตรียมแผนจะขยายตัวไปทางแถบยุโรป และประเทศฝรั่งเศส ก็เป็นเป้าหมายแรกที่เพียง  
จะไปบุกตลาดที่นั่น และคาดว่าจะขยายตัวไปทั่วโลก เพื่อให้ผู้บริภคได้รู้จักเพียงดียิ่งขึ้น

#### 1.7.1 เครื่องสำอางมณฐ์ของถูกเล่นาในตลาด

เมื่อเอ่ยถึงคำว่า "ทอง" ทุกคนต่างก็รู้จักกันเป็นอย่างดีว่าเป็นแร่ธาตุที่มีคุณค่า  
แต่ก็ไม่มีใครทราบว่าทองนั้นมีประโยชน์ต่อกี้อย่างไร ในสมัยโบราณ มีการเชื่อกันเรื่องทอง  
มากถึงขนาดนำเอาทองมาประสมกับกัวยาใช้ในการรักษาโรคต่างๆ

สำหรับเครื่องสำอางที่มีการนำทองเข้ามาผสมนั้น จริงอยู่แม้จะไม่ใช่อุดเล่นที่ใหม่  
มากนักในตลาด เนื่องจากเครื่องสำอางมียอ ก็ีทองผสมอยู่ด้วยเช่นกัน แต่ก็ไม่ได้ประ  
สบความสำเร็จในตลาดมากนัก เนื่องมาจาก มียอไม่สามารถอธิบายได้อย่างชัดเจนว่า ทองมี  
คุณสมบธิกและให้ประโยชน์กับกัวยาอย่างไร ฐว ในคล้ายกับออกมาเพื่อสร้าง PRODUCT  
DIFFERENTIATION ให้แตกต่างจากเครื่องสำอางแบรนด์อื่นว เท่านั้น

อย่างไรก็ตาม การเพียงหันเข้ามาเล่นในตลาดนี้ด้วย ฤคยการส่อนษฐ์คิดค้น  
มาร์เวอร์ ที่เป็นเครื่องสำอางที่ผสมทองทั้งในสกินแคร์ และเมคอัพ ในชุดนี้ทองจะเป็นกัวนา ที่  
จะเข้ามาช่วยในแง่ของการงักกัววมแลกฤษของผิวให้เป็นระเบียบ ฤคยใช้วิธีการทางวิทยา  
ศาสตร์ มาอธิบายให้เห็นคุณประโยชน์ของทอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การทำตลาดของ มิรีย และเพียช ที่พยายามจะยิงความเชื่อของคนให้เห็นในคุณค่าของทองงานอีกลักษณะหนึ่ง แต่เชื่อเหลือเกินกว่า การที่น้ำทองเข้ามาเป็นส่วนผสมส่วนหนึ่ง ก็เพื่อเป็นการหาสินค้าของเรามี PRODUCT DIFFERENTIATION จากแบรนด์อื่นว่า เนื่องจาก การแข่งขันที่รุนแรงในตลาดทำให้ต้องมีการหาจุดเด่นแปลกๆ ใหม่ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า ถ้าเพียงเกิดประสบความสำเร็จในตลาดนี้คงจะทำให้แบรนด์อื่นว่า เข้ามาชิงชัยในตลาดนี้ได้อย่างแน่นอน

### 1.7.2 เครื่องสำอางจากธรรมชาติแรงขึ้นเรื่อยๆ

สำหรับตลาดเครื่องสำอางในปัจจุบัน เครื่องสำอางประเภทกันแดด ก็ยังเป็นแนวโน้มที่มาแรงอย่างถึงแก่เกล้าจาก แบรนด์ที่ใหม่เคยมี ก็มีการออกคอลเลคชันนี้กันเป็นคิวแถวส่งผลทำให้ปีที่ผ่านมา และในปี 2535 เทรนด์นี้ก็ยังคงแรงอยู่ โดยเฉพาะที่ผ่านเราเป็นเมืองร้อนต้องผลจอยู่กับแดดจ้าเสมอ

แต่อย่างไรก็ตามเทรนด์เครื่องสำอางเมืองนอกในขณะนี้หันมาสนใจ และระมัดระวัง ในการใช้สารเคมี ที่จะ เป็นอันตรายต่อสภาพแวดล้อม ทำให้เครื่องสำอางที่สกัดมาจาก สารธรรมชาติหรือที่มีส่วนผสมของวัตถุดิบ ที่เป็นธรรมชาติเริ่มได้รับความนิยม

ในตลาดเมืองไทย ก็มีอยู่หลายว แบรนด์ที่ทาคลาดอยู่ เช่น รือเรียลทอลพรีนเซส พาร์เจอร์ แอนต์ อิมพริย์ และอื่นว ทลาดนี้แม้จะยังไม่บูมนัก แต่ก็มีหลายค่ายทยอยเข้าตลาดมาเรื่อยๆ ล่าสุด ค่ายอินเคอร์เนชันแนล บิวตี้ กรุ๊ปส์ เห็นว PRINCESS MARCELLA BORGHESE เข้าตลาดมาเมื่อเดือนตุลาคมที่ผ่านมา

BORGHESE เป็นเครื่องสำอางที่กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่คือวัย หลังจกการวางตลาดได้ประมาณ 1 เดือน ซึ่งพบว่าลูกค้า ส่วนใหญ่รู้จัก BORGHESE เป็นอย่างดี ราคาก็จะ ใกล้เคียงที่ต่างประเทศ ทำให้การเข้ามาทาคลาดต้องมีการตั้งราคาแพงสูงกว่าต่างประเทศมากนึค และบางรายการต่ำกว่าต่างประเทศอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทางสำนักงานการวางเพลิงชั้นหนึ่งของสินค้าในมีการวาง BORGHESE อยู่บนตลาดบนที่จะ เป็นเครื่องสำอางที่จะ เห็นหน้าบนทางบาร์จิวและ เส้นผม โดยมีจุดเด่นของสินค้าอยู่ตรงที่ ได้มีการนำเอาแร่ธาตุธรรมชาติ เช่น น้ำแร่ และโคลนภูเขาไฟ มาเป็นส่วนผสมสำคัญในเครื่องสำอาง ในส่วนของเมคอัพก็มีเหมือนกัน แต่สินค้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันก็คือ โคลนหน้าผม

ปัจจุบัน BORGHESE มีจุดขาย 3 จุด คือ เซ็นทรัล ลาดพร้าว, ซิกลม และ สี่ คอมเพกซ์ พร้อมทั้งยังเคล้าเติมจุดขายให้ใกล้เคียง 6 จุด ในปทุมธานี BORGHESE จะมี จุดขายค่อนข้างน้อย แต่ได้เปรียบในแง่เป็นเครื่องสำอางเพียงแบรนด์เดียวในตลาด ขณะนี้ที่มี ส่วนผสมของน้ำแร่ และโคลนภูเขาไฟ ประกอบกับผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้จัก BORGHESE เป็น อย่างดีคงจะทำให้ BORGHESE ขยายตัวไปได้อย่างรวดเร็ว

เมื่อเทียบกับคู่แข่งในเวลานี้ แม้แต่ยี่ห้อใหญ่อย่างเฟียชเอง ก็มีเครื่องสำอาง สำหรับ ผิวบางบาง หรือเครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของสารเคมีน้อยสุด เช่นกัน ซึ่งแบรนด์นี้มีมานานแล้ว แต่ก็ยังไม่พอเท่าเฟียช และ คอสเมติก ก็ถือได้ว่าเป็นกันแบบ และเป็นมาเรียเกิดลึกลับในเชิง เต้นท์นี้ ฉะนั้นเมื่อแบรนด์ในตลาดเครื่องสำอาง หันเข้าหาธรรมชาติมากขึ้นทำให้เฟียช ได้คิดค้น วิจัยนวัตกรรม เฟียช แอร์โพล่า พร้อมทั้งแยกแคะเคอร์ออกมาให้เห็นเด่นชัดขึ้น

เนื่องจากสินค้าของ เฟียชมีค่อนข้างเยอะ ทำให้มีโอกาสจะเกิดความดับสนและที่ สำคัญ เฟียชแควร์สำหรับผู้บริโภคทดลองให้เครื่องสำอางเป็นครั้งแรก เนื่องจากจะไม่ทำให้เกิดการ ระคายเคืองต่อผิว เหมาะสำหรับผู้ผิวที่บอบบาง

ปัจจุบันเฟียชแควร์ มีจุดขายประมาณ 40 จุด และจะทยอยเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ การ ริเริ่มของเฟียชในทางนี้ คงจะดีได้อย่างชัดเจนว่า เครื่องสำอางประเภทที่มีส่วนผสมของสาร เคมีน้อย หรือมีส่วนผสมของสารจากธรรมชาติ คงจะมีแบรนด์ที่ตีานอนาคต

ปัจจุบันนี้ตลาดนี้แม้จะมีแบรนด์การ เติบโตสูง แต่เมื่อเทียบกับตลาดเมคอัพ ยังถือว่าเป็น อัตรากาการ เติบโตที่น้อยอยู่ทั้งนี้มา เหตุประการหนึ่ง เนื่องมาจากในเครื่องสำอางระดับล่างมา จากในเครื่องสำอางระดับล่างนั้นแทบจะไม่มีการขายสกินแคร์เลย เพราะมีราคาค่อนข้างสูงกว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมคอัพ ขณะเดียวกันแบรนด์ที่เพิ่งมาจากเมคอัพ ก็หันมาสนใจมาเน้นสกินแคร์เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เช่น เฟียช ที่ออกชุดทาใบเรือพร้อมทั้งจนประสบความสำเร็จทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้น 2 ของเฟียช ซึ่งคงจะพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ อันเป็นการเพิ่มยอดขายให้กับตนเอง

แต่อย่างไรก็ตาม แม้จะมีเทรนด์การเติบโตไม่สูงนักเมื่อเทียบกับสกินแคร์ แต่เมื่อผู้ใช้มีการศึกษาที่ขึ้น คงจะทราบว่าสกินแคร์ จะเป็นบ่อเกิดของความสวยงามของผิวอันเท่าเทียมอย่าง เมคอัพจะทำให้เกิดความสวยงามที่โดยรวมมาทำให้การแข่งขันกับแบรนด์เหล่านี้ จะเป็นการแข่งขันทางค่านิยม เทคโนโลยี อันจะมีส่วนเสริมสร้างและปรับสภาพผิวหนึ่งได้ถึงความชุ่มชื้นแจ่ม เช่น ผิวสาวที่ต่างคนต่างก็อยากมีผิวขาวเนียนนุ่มทุกภาค เช่น อัลติมาตู กิมี เมกาคลอส ที่เป็นครีมบำรุงผิวยามราตรี ส่วนคาเนบ ก็เปิดตัว "SENSAI EX LA CREME" ที่ถือเป็นผลิตภัณฑ์ BIO-TECHNOLOGY ที่ผลิตออกมาเพื่อคุณผู้หญิงโดยเฉพาะ ที่อาจจะกังวลเกี่ยวกับรอยย่น เพียงเล็กน้อย ผิวแห้ง และความหมองคล้ำของผิว ที่เห็นมาคืออย่างชัดเจนว่าเป็นความร่วงโรยของผิวพรรณ โดยมีราคาขายปลีกขวด 40 กรัม ราคา 12,000 บาท (เทียบเท่ากับปริมาณขึ้นถึง 4 ล้านบาท เพื่อให้ LA CREME เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคหรือมีทั้งห้างค้าปลีกและร้านขายยาในช่วงแรกประมาณ 1,200 ขวด การขยายมาที่ภาคของคาเนบในบิพีหน้า คงจะทำยอดขายที่ถึงเป้าไว้ 200 ล้านบาทในปีต่อไป

ส่วนอัลติมาตู แบรนด์ดังที่มีชื่อเสียงทางด้านสกินแคร์ ปีนี้เปิดตัวการเติบโตประมาณ 20% และงานบิพีหน้าก็ถึงเป้าที่น้อยกว่า 25 % หลังจากการเปิดตัว "THE NAKEDS" เมคอัพสีล้วนรวมซังก็เข้าตลาดมา ผู้บริโภคสนใจมาก ทำให้งานบิพีหน้าอัลติมาตู จะหันมาปรับภาพตัวใหม่ เพื่อทำให้ผู้บริโภคทราบว่า อัลติมาตู นอกจากจะมีดีที่สกินแคร์แล้ว ยังมีดีที่เมคอัพอีกด้วย ซึ่งปัจจุบันอัลติมาตู มีสกินแคร์ 60 % อีก 40% เป็นเมคอัพที่พยายามที่จะพัฒนาให้ควบคู่กันไป อันจะมีส่วนทำให้เข้ามามีส่วนในตลาดเมคอัพ เพิ่มขึ้นอีกด้วย

นอกจากอัลติมาตู เท่านั้น คาเนบ ก็หันมาเน้นทางด้านเมคอัพเพิ่มขึ้นเช่นกัน ด้วยการออก "เทคโคโนโลยี" ที่เป็นความงามแนวใหม่ ให้ความเนียนนุ่มชุ่มชื้นปราศจากกลิ่นและรส การที่หลายแบรนด์ต่างขยายไลน์สินค้าของตนให้มีทั้ง เมคอัพและสกินแคร์คงจะเป็นเครื่องสะท้อนให้เห็นว่า การขยายตัวของตลาดนี้ยังเป็นไปได้สูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ซีเน แปงแสร้ค่าเพียง 5%**

สำหรับตลาดเครื่องสำอางนตลาดซูเปอร์มาร์เก็ตที่มีจำนวนการขายค่อนข้างสูง แต่สินค้าราคาต่ำกว่า ทำให้ตลาดนี้มีมูลค่าเพียง 200 กว่าล้านบาทเท่านั้น จดเคยมี พอนด์ ของค่ายเคียเวร์ แพคเกจจิ้งกลายคนเคียว แม้จะมีแบรนด์อื่นมาช่วยแชร์ตลาด เช่น COVER GIRL หรือแม่กระทั่ง ซีเนของค่ายเคียซ ที่ถูกส่งเข้ามาช่วงชิงตลาดนี้จากพอนด์ ซึ่งหลังจากการเข้าตลาดมาเกือบปี ก็สามารถกระชากแชร์จากพอนด์มาได้เพียง 5% เท่านั้น

ทั้งนี้เนื่องจากจากจุดขายของ ซีเนที่กระจายอยู่ในห้างสรรพสินค้าและ ซูเปอร์มาร์เก็ต ประมาณ 400 กว่าจุดนั้น ยิ่งน้อยเมื่อเทียบกับ พอนด์ ที่ขยายตลาดเคียเวร์ อยางไรก็ตามในฐานะที่เป็นมาร์เก็ตดีเตอร์ในตลาดเครื่องสำอาง เคียซ คงจะคืนให้ ซีเน ผู้สุดท้าย ซึ่งคงจะทำให้เกมการแข่งขันในตลาดนี้ดุเดือดขึ้น

**VAT มีผลให้การแข่งขันรุนแรง**

สำหรับตลาดเครื่องสำอางปี 2535 นี้ ระบบภาษีมูลค่าเพิ่มหรือ VAT จะมีผลต่อราคาเครื่องสำอาง เพราะในระบบภาษีการค้าเดิม ที่จะต้องมีการจับเก็บอากรนำเข้าเครื่องสำอาง ในอัตรา 60 % บวกด้วยกำไรมาตรฐาน 31% และภาษีการค้า 22% รวมแล้วจะเสียภาษีรวมประมาณ 113% แต่ถ้าใช้ VAT ในอัตรา ภาษีการค้าจาก 22% ก็จะลดเหลือ 7% และยกเลิกกำไรมาตรฐานแล้ว ก็จะเสียภาษี 67% เท่านั้น ซึ่งน่าจะทำให้เครื่องสำอางที่อิมพอร์ตจากต่างประเทศน่าจะมีราคาถูกลง หรือถ้าไม่ลดก็น่าจะมีราคาเท่าเดิม แต่เป็นที่น่าสังเกตว่า หานมเพื่อคั่นทุนลดลง เครื่องสำอางก็ต้องมีการปรับราคาขึ้น เช่น ซีเซส และเคียซ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ในด้านการแข่งขันของตลาดเครื่องสำอางคงจะรุนแรงเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะค่ายที่อิมพอร์ตสินค้าเข้ามา เมื่อต้นทุนลดลง น่าจะมีเงินจับจ่ายใช้สอยในการทำบริกรรมกันเพิ่มขึ้น ซึ่งก็คงจะต้องขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละบริษัทว่า จะมีการคืนกำไรมากน้อยแค่ไหน

ในช่วงต้นปีหน้า นี้ หลังจากการใช้ VAT ราคาสินค้าอิมพอร์ตคงจะยังไม่ลดลง เนื่องจากแต่ละแบรนด์ก็มีสินค้าที่ออกอยู่เป็นจำนวนมาก และเป็นสินค้าที่เสียภาษีในอัตราเดิมอยู่ ซึ่งคงจะต้องรอเวลาสักระยะหนึ่งถึงจะทราบว่า เครื่องสำอางจะมีราคาถูกลงหรือไม่อย่างไร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความแตกต่างระหว่างคู่แข่งทั้ง 2 ประเภท

1. ประเภทขายตรงนั้น ผู้ขายจะต้องนำเอาสินค้าไปเสนอขายผู้ซื้อถึงที่
2. ประเภทวางขาย จะเป็นสินค้าที่ผู้วางขายนำห้างสรรพสินค้า ผู้ขายจะเป็นฝ่ายเดินรอกำเข้าบิซ

### 1.8 ลักษณะการวางตลาดของเครื่องสำอาง MTI

เป็นการรวมทั้ง 2 ระบบ ผนวกเข้าด้วยกันคือ เป็นทั้งการขายตรง (DIRECT SALE) และวางขาย (COUNTER SALE)

- การขายตรง (Direct Sale) จะมีสาขาหลายออกไปเสนอขายสินค้าทั่วไป
- การวางขาย (Counter Sale) จะมี Counter วางขาย ณ สถานที่ และ ตามสาขาต่างจังหวัดทั่วไป

เมื่อรวมทั้ง 2 ระบบเข้าด้วยกันแล้ว เสริมด้วยการเชิญชวนและเรียนเทคนิคการแต่งหน้าเบื้องต้น

ฉะนั้นคู่แข่งโดยตรงของเครื่องสำอาง MTI ก็คือ เครื่องสำอางระบบวางขาย (COUNTER SALE) เพราะทางสถาบัน เน้นการขายสินค้าพร้อมชมการสาธิตการแต่งหน้า และที่สำคัญทางสถาบัน มีตัวแทนวางขายเครื่องสำอาง MTI ตามร้านเสริมสวยทั่วไป ทั่วประเทศ ส่วนการขายในระบบขายตรง (Direct Sale) จะเป็นส่วนรองลงมา เพราะระบบขายตรงทั่วไปนั้นจะนำขายเฉพาะสินค้าใดสินค้าหนึ่งเท่านั้น แต่จะขายทุกอย่าง กลุ่มเป้าหมายเลยต่างกลุ่มกัน เนื่องจากสถาบัน มีสินค้าที่จำหน่ายคือ เครื่องสำอางเท่านั้น กลุ่มเป้าหมายจึงเป็นกลุ่มเดียวกับ สินค้าในระบบวางขาย (COUNTER SALE) ซึ่งเป็นที่นำแปลกจากก็คือ เป็นสินค้าที่อยู่ฝ่ายเดียวกันทั้งสิ้นคือ อยู่ในเครือบริษัทสหพัฒน์เคมีภัณฑ์ จำกัด

### 1.9 กิจกรรมในการส่งเสริมการขาย

#### 1.9.1 กิจกรรมในการส่งเสริมการขาย

โครงการการฝึกอบรมเทคนิคการแต่งหน้า เพื่อพัฒนาบุคคลิกภาพ ซึ่งจะทำเป็นประจำ กลุ่มคนที่เข้ารับการอบรมนั้นจะเป็นกลุ่มบุคคลากรที่มีอาชีพ ทางบริการ พนักงานโรงแรม พนักงานสายการบิน วิทยาลัยนาฏศิลป์ ธนาคาร เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.9.2 บริการการแต่งหน้ากุศล โดยทางศูนย์จำหน่ายทางต่างจังหวัดจะเป็นผู้ติดต่อเข้ามา เป็นการจัด SPONSER โดยที่ไม่ต้องชำระเงิน แต่เป็นการจัดหาการแต่งหน้าให้แทน

1.9.3 งานสื่อโฆษณาต่างๆ เช่น

- MAGAZINE AD. มักจะลงงานนิคมสารแพร่ คิณ อิมเมท มีเดียซีโลห์ Look แฟชั่นรีวิว คารากาพยนตร์ ซึ่งมักจะต้องผ่านความเห็นชอบจากเอเยนซี่ที่สังกัดอยู่ก่อน
- ทางโทรทัศน์ มักเป็นการให้ sponser โดยบริการแต่งหน้าให้ ในรายการเวทิวทิว ยุทธการชัยบึงหมอก เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันเลิกไปแล้ว
- POSTER เคยทำ 1 ชิ้น ซึ่งเป็นช่วงเริ่มโครงการขายเริ่มแรกของสถาบัน ซึ่งในอนาคตคิดว่าคงจะมีการปรับปรุงผ่านสื่อนี้อีก
- CATALOG มักจะเปลี่ยนทุก 3 เดือน หรือเมื่อมีสินค้า หรือมีการเปลี่ยนแปลงราคา ก็จะเปลี่ยนทีหนึ่ง
- วิทยุ จะทำแจกเฉพาะศูนย์จำหน่ายเท่านั้น จะเป็นการทำเพื่อการค้าเชิญชวนให้มาสมัครเข้าโครงการแต่งหน้า ซึ่งจะระบุวัน และเวลาที่สาธิตวิทยุด้วย มักจะเป็นการแนะนำโรงเรียนสอนการแต่งหน้า และหลักผู้ชมของสถาบัน ซึ่งจะแจกให้กับผู้ที่เข้ามาติดต่อสมัครเรียนเท่านั้น
- สติกเกอร์ จะเป็นสติกเกอร์ใส่ พิมพ์ตัวอักษรสัญลักษณ์ของสถาบัน เพื่อมาติดตามศูนย์จำหน่าย เป็นการบอกว่า ณ ที่ใดใคร่ของสาขาเอง MFI จำหน่ายอยู่
- ป้ายรับสมาชิก จะเป็นป้ายที่มาเบ็ดเตล็ดตามศูนย์จำหน่าย เพื่อรับสมาชิกเพิ่มบุญเอง ทำเพื่อเป็นการลด หรือนำมาแลกเปลี่ยนค่าที่จตุรกายการที่เสนาภกาที่เสนาภภิก เป็นกัน แทนนำมาพิมพ์สัญลักษณ์ของสถาบัน เพื่อนำมาแจกในช่วงเทศกาลสำคัญ

## 2. วิเคราะห์ข้อดี และข้อเสียสื่อโฆษณาของสถาบัน MFI

**สื่อแรก** วิทยุร่วมใจ วิทยุชุมชนเพื่อสมัคร เป็นนิคมเรียนของทางสถาบันฯ  
ข้อดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. เนื้อหาครบถ้วนสามารถให้ความกระจ่าง สามารถเข้าใจได้
2. แสดงรูปแบบเทคนิคการส่งหน้าให้หลากหลายน่าสนใจ
3. ภาพหนังสือชัดเจนอ่านง่าย

**ข้อเสีย**

1. ภาพประกอบ เป็นภาพที่ค่อนข้างแบนเกินไป เรียบง่าย ไม่ดึงดูดสายตาเท่าที่ควร
2. สี ไม่เป็นโทนสีที่เห็นกระจายบนตัว
3. การวางรูปเล่ม กระจายไม่เป็นกลุ่มก้อน
4. ภาพถ่ายที่เข้าเป็นภาพที่ขาดการคิดค้นเอาใจใส่

**ข้อที่สอง** ราวข้อประจําไตรมาส เพื่อเชิญชวนให้เลือกสินค้า

**ข้อดี**

1. ดึงดูดความสนใจได้ดี
2. สามารถทราบว่าสินค้าใด ราคาเท่าไร ง่ายต่อการเข้าใจ

**ข้อเสีย**

1. คำอักษร SALOGAN ค่อนข้างจะไม่สมบูรณ์
2. แถบสีฟ้าใช้ดูผิดกรอก
3. รูปถ่ายผลิตภัณฑ์มีขนาดภาพ เล็กเท่ากันหมด ดูไม่น่าสนใจ

**ข้อที่สาม** แดคตาถือ 1 ซามสินค้า

**ข้อดี**

1. สะอาดตา
2. วัสดุที่กลมกลืนกันบนแต่ละหน้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ข้อเสีย

1. ภาพประกอบไม่สามารถถือว่า เพื่อใช้ผลิตภาพแล้ว จะ  
แต่จะออกมาในรูปแบบใด
2. รูปแบบการจัดวางสินค้า กระจาย และมีขนาดเท่าๆ กันเกินไป

ข้อที่สี่ แคตตาล็อก 2 ขายเป็นคำ

## ข้อดี

1. สะอาดตา
2. รูปแบบการจัดวางค่อนข้างดี

## ข้อเสีย

1. ในหน้าขายสินค้าเบ็คเกิล และจุดประกายสีส้มที่ดวงตา จะ  
ฉัดแน่นอนมากเกินไปดูแล้วอึดอัด

ข้อที่ห้า MAGAZINE AD. 1 ชุด ORIGINAL

## ข้อดี

1. เห็นหน้านางแบบ และการจัดหน้าชัดเจนดี
2. ตัวหนังสือชุด ORIGINAL เห็นชัดสะดักตาดี

## ข้อเสีย

1. การจัดวางค่อนข้างกระจาย
2. ภาพหน้านางแบบถูกตัดออกมาเฉพาะส่วนใบหน้า ทำให้ดูน่ากลัว
3. ตัวอักษรที่เข้บรรยายกลืนกับพื้น BACK GROUND ทำให้ไม่สามารถ  
มองเห็นชัดเจน

ข้อที่หก MAGAZINE AD. 2 ชุด DESIGNATION

## ข้อดี

1. แสดงความเป็นตัวสินค้าได้ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. สีสันอยู่ในงามเดียวกัน

ข้อเสีย

1. ตัวอักษร Salogan "เราจะทำให้คุณสวย" รูปแบบตัวอักษรไม่สวย
2. การวางรูปแบบการจัดวางกระจายไม่เป็นกลุ่มก้อน
3. ตัวสินค้าจางหายเข้าไปในพื้น

สื่อที่เจ็ด MAGAZINE AD. 3 ชุด SIGN COLLECTION

ข้อดี

1. รูปแบบการจัดวางค่อนข้างเป็นกลุ่มก้อนดี
2. สะอาดตา
3. ตัวอักษร ชัดอ่านง่าย

ข้อเสีย

1. ตัวอักษรที่เป็น HEADLINE ไม่เด่นสะดุดตา
2. รูปหน้านางแบบ มีขนาดเท่าๆ กันเกินไป ไม่ดึงดูดสายตา

สื่อที่แปด แบบลิขิต์เชิญชวนดูการสาธิต การแต่งหน้า

ข้อดี

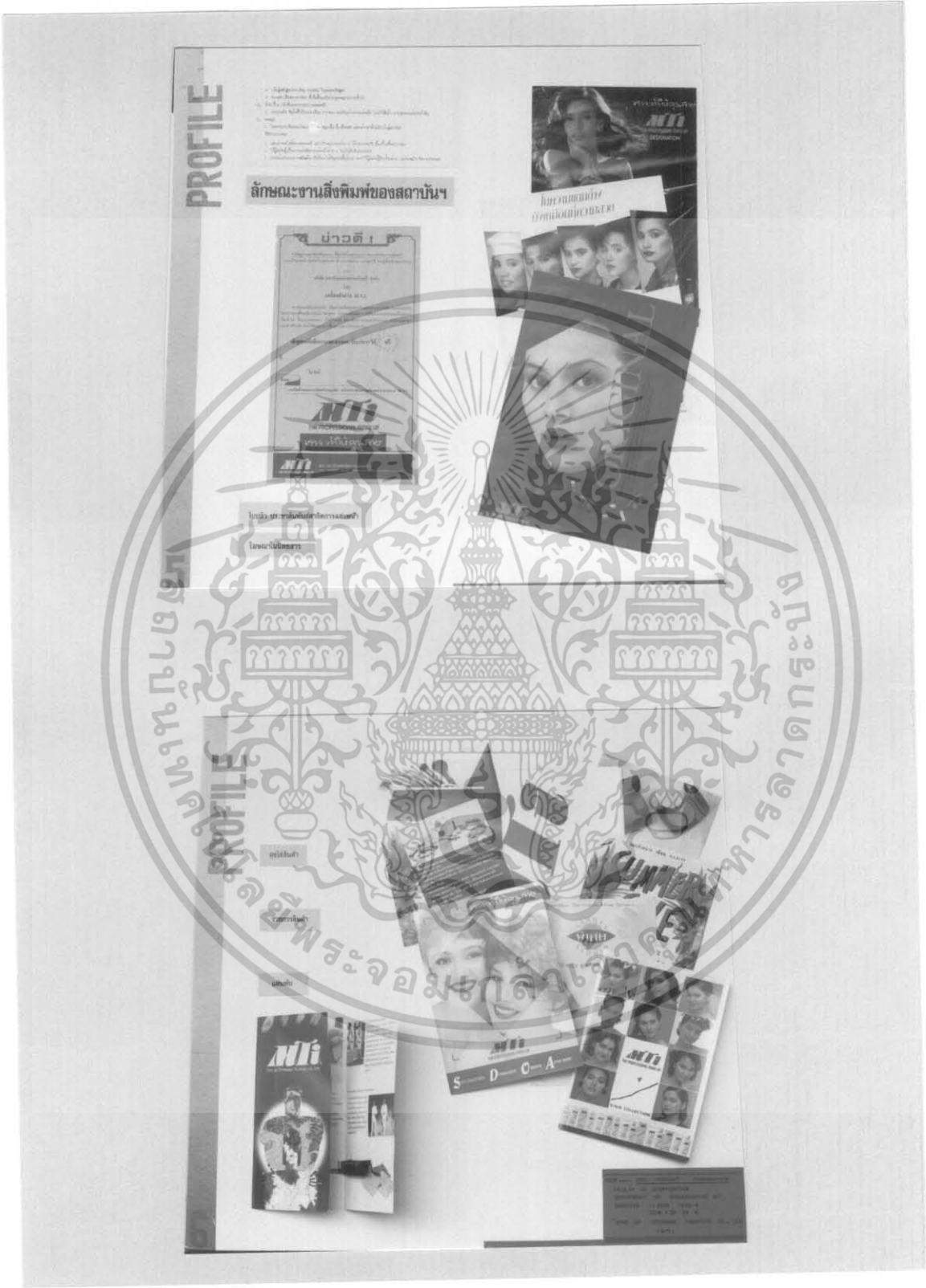
1. ชัดเจน อ่านง่าย

ข้อเสีย

1. สีฟ้าเข้มผสมลายตาเท่าที่ควร
2. ภาพประกอบไม่เด่นชัด และช่วยเสริมสื่อเท่าไร
3. ตัวหนังสือ Salogan " เราจะทำให้คุณสวย" รูปแบบตัวอักษรไม่สวย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

### วิเคราะห์ปัญหาทางด้านการออกแบบ

รูปแบบและแนวทางการออกแบบได้หยิบเอา ความงามของ เทคนิคการแต่งหน้า และสีสันท มามาใช้ประกอบการสร้างสีสัน แบ่งตามความรู้สึก สร้างความแตกต่างชิ้นงาน สร้างสรรค์งานในรูปแบบใหม่ ใฝ่ฝันการเป็นพี่เลี้ยงบรรยายภาพเป็นหลัก ผสมกับภาพหน้าที่ถูก แต่งแต้มในลักษณะต่างๆ กัน ใฝ่ฝันใช้จินตนาการ เป็นหลักใหญ่

#### 1. ที่มาของการออกแบบ

เริ่มต้นจากศึกษา งานออกแบบสิ่งพิมพ์ และวีซีดี ของสถาบันฯ พบว่าการออกแบบยิ่งขาดความเป็นเอกภาพ เนื้อหา รายละเอียดเกินขอบ จนทำให้รู้สึกเบื่อหน่ายที่จะอ่าน บอกเล่าภาพที่ซับซ้อนในงานเป็นภาพธรรมดา ไม่มีความดึงดูดสายตาเท่าที่ควร ส่วนวีซีดี นั้นน่าสนใจ และใช้ข้อมูลความบางข้อความเพิ่มเติม ชำนาญเข้ามาเกินความจำเป็น จำเกิดความคิดที่จะ เปลี่ยนรูปแบบ สื่อทั้ง 2 ชนิด ออกมา

เมื่อถึงพิมพ์ รับผิดชอบ และรับตัวสั่น ต้องการเป็นการออกแบบให้ดูทันสมัย สะอาดตา ส่วนราย เพื่อทำให้ดูอ่านไม่รู้สึกเหนื่อยที่จะอ่าน ภาพการสาธิต การแต่งหน้าที่สวยงาม ไม่สร้างความน่าสับสนกลัว ขยะเขย่ง ซึ่งงานหลักสูตรที่ 3 นั้น เป็นหลักสูตร เทคนิคการแต่งหน้าในเทคนิคพิเศษ ต้องมีภาคผล เลือก เป็นต้น แต่ใช้การหลบเลี่ยง เป็นการแต่งหน้าใน เทคนิคแต่งเกินทน

- สื่อสไลด์ ประกอบด้วยเสียงที่หาขึ้นมาแทนสื่อ วีซีดี ซึ่งแนวทางการออกแบบ ต้องการเป็นข้อมูลที่กระชับ สามารถเข้าถึงความเป็นมาของสถาบันฯ ได้เป็นอย่างดี รวมถึงจุดมุ่งหมายในจุดหมายความสำเร็จที่ได้รับจากอดีตจนถึงปัจจุบัน และต่อไปในอนาคต ภาพที่แสดงจะสื่อความหมายของตัวเอง แสดงเทคนิคการแต่งหน้าในหลักสูตรต่างๆ ภาพทั้งการขยายผลิตภัณฑ์ของทางสถาบันฯ เพื่อเป็นการสร้างภาพพจน์ของสถาบันฯ แก่บุคคลทั่วไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. วิธีการฝึกอบรม

ได้รับความประทับใจจากการดูงานที่ออกแบบในหนังสือต่างประเทศ บวกกับความเข้มแข็งในการเขียนสิ่งปฏิกูลแห่งใหม่บ้าง ซึ่งต้องการสร้างสรรค์งานที่ออกมาในรูปแบบของงานที่ออกแบบหน้าคน ซึ่งมีความสวยงามในรูปแบบต่างๆ ความประทับใจในการแข่งขันของธรรมชาติ จะเห็นได้จากลักษณะเด่นที่เห็นงาน จะเห็นในตัวคน 5 จึงเห็น คอนปาย 3 หนึ่ง และคอนเพียววัน ซึ่งให้ความรู้ที่แตกต่างมากมาย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 3

### การสร้างสรรค์ผลงาน

เป็นการออกแบบงานศิลปะ เรียบง่ายและอากาศที่ผ่อนคลายกับในยุคปัจจุบัน

- การวางรูปแบบ (LAY OUT) วางข้อความทรงกลมหรือจะซีกด้านใดตำแหน่งใด

- สี (color) จะเป็นสีที่สามารถอยู่รวมกันได้ จนโทนเดียวกัน เช่น ขาว, เทา, ส้มเหลือง, แดง และน้ำทะเลฟ้า

- ลักษณะตัวหนังสือ เป็นตัวหนังสือ ทรงสูง บาง ด้านยาว เป็นส่วนใหญ่ เนื้อหาจากข้อความที่ไม่อยู่นั้นค่อนข้างเยอะ จึงต้องจำ เป็นต้องใช้ตัวอักษรที่โปร่งบาง ด้านยาว เพื่ออ่านได้จบความสวยความงามเกินไป

- ลักษณะภาพที่ใช้ เป็นภาพที่จัดส่วนลักษณะต่างกัน เช่น ภาพแสดงเทคนิค การแข่งขันสวยงาม ทิวทัศน์ที่สวยงาม และสิ่งสวยงาม และส่งเสริม การแข่งขันในเทคนิคนี้ ภาพทั้งหมดถึงขึ้น ส่วนภาพที่นอกเหนือจากนี้จะยกแบบ และจัดตัวให้เข้ากันบรรยากาสองงานและฝึกคิดให้เป็นหลัก

#### ขั้นตอนการสร้างสรรค์ผลงาน

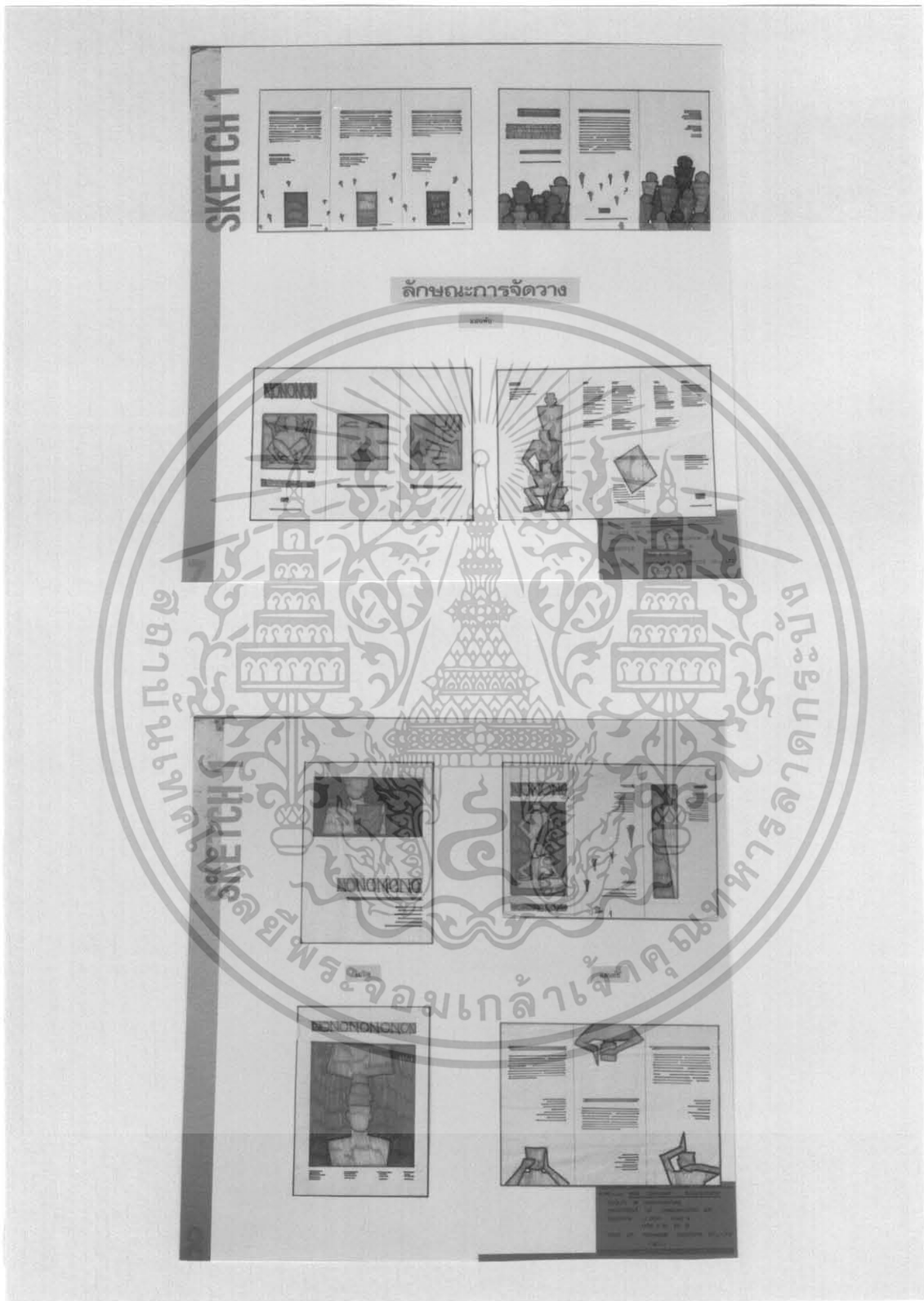
- เริ่มต้นจากคิด แนวความคิด หลักของงาน (CONCEPT)

ออกแบบร่าง (SKETCH) ให้เหมาะสมลงตัว เข้ากับแนวความคิด (CONCEPT) มากที่สุด รวมทั้งทำ สตอรี่บอร์ด (STORY BOARD) ให้เหมาะสมกับเวลา และ เทคนิคในการทำงานมากที่สุด

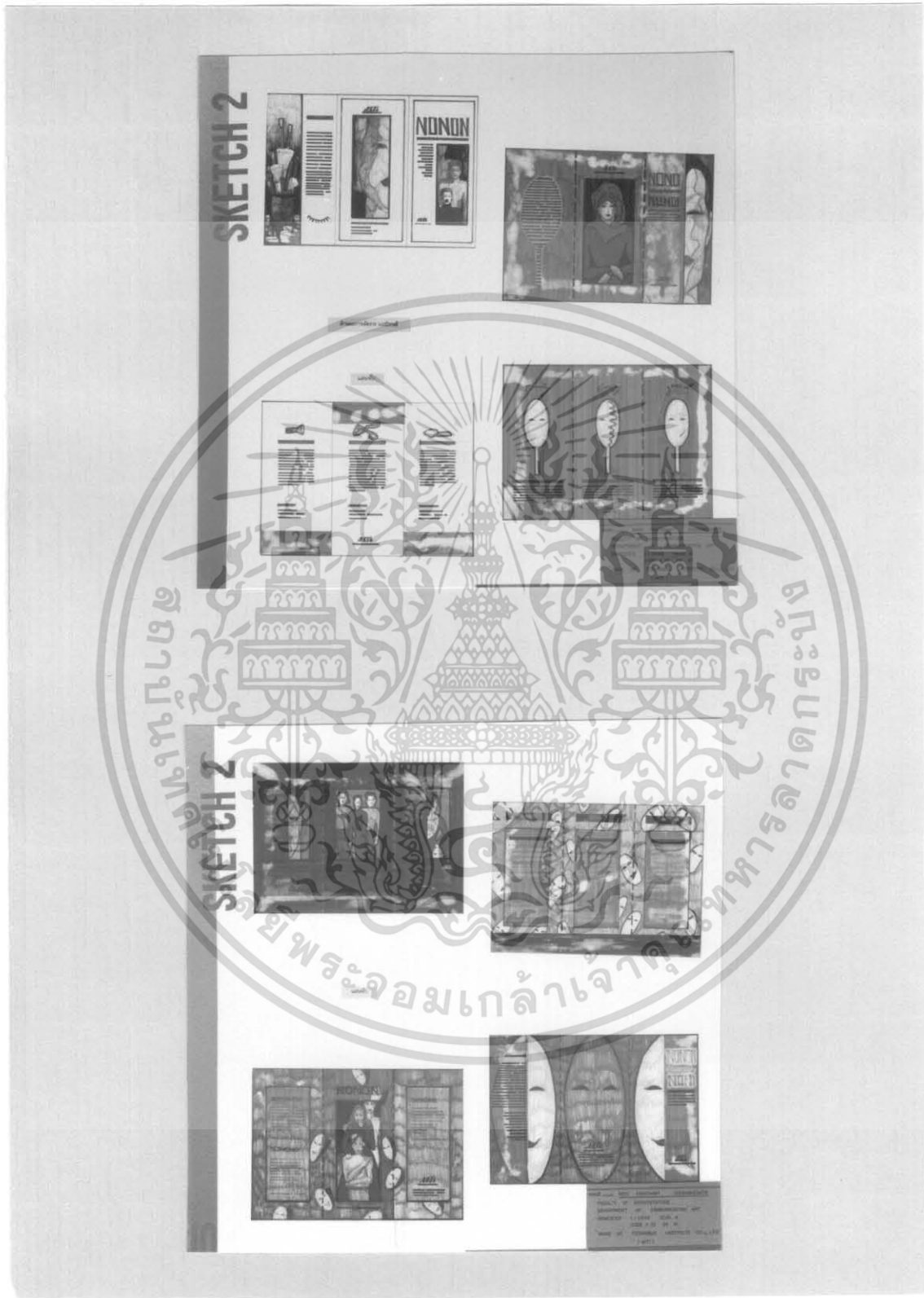
- จากนั้น เริ่มต้นจากการพาดแบบให้ได้ตรงตามแนวความคิด (CONCEPT)

ของงานรวมทั้ง การออกแบบ การแข่งขัน ในแต่ละเทคนิค ออกแบบ เครื่องแต่งกาย และ อุปกรณ์ประกอบฉาก หาด้านที่เป็นฉาก ทั้งหมดนี้ให้องค์ขึ้นอยู่ กับความเหมาะสมของงาน เป็นหลัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



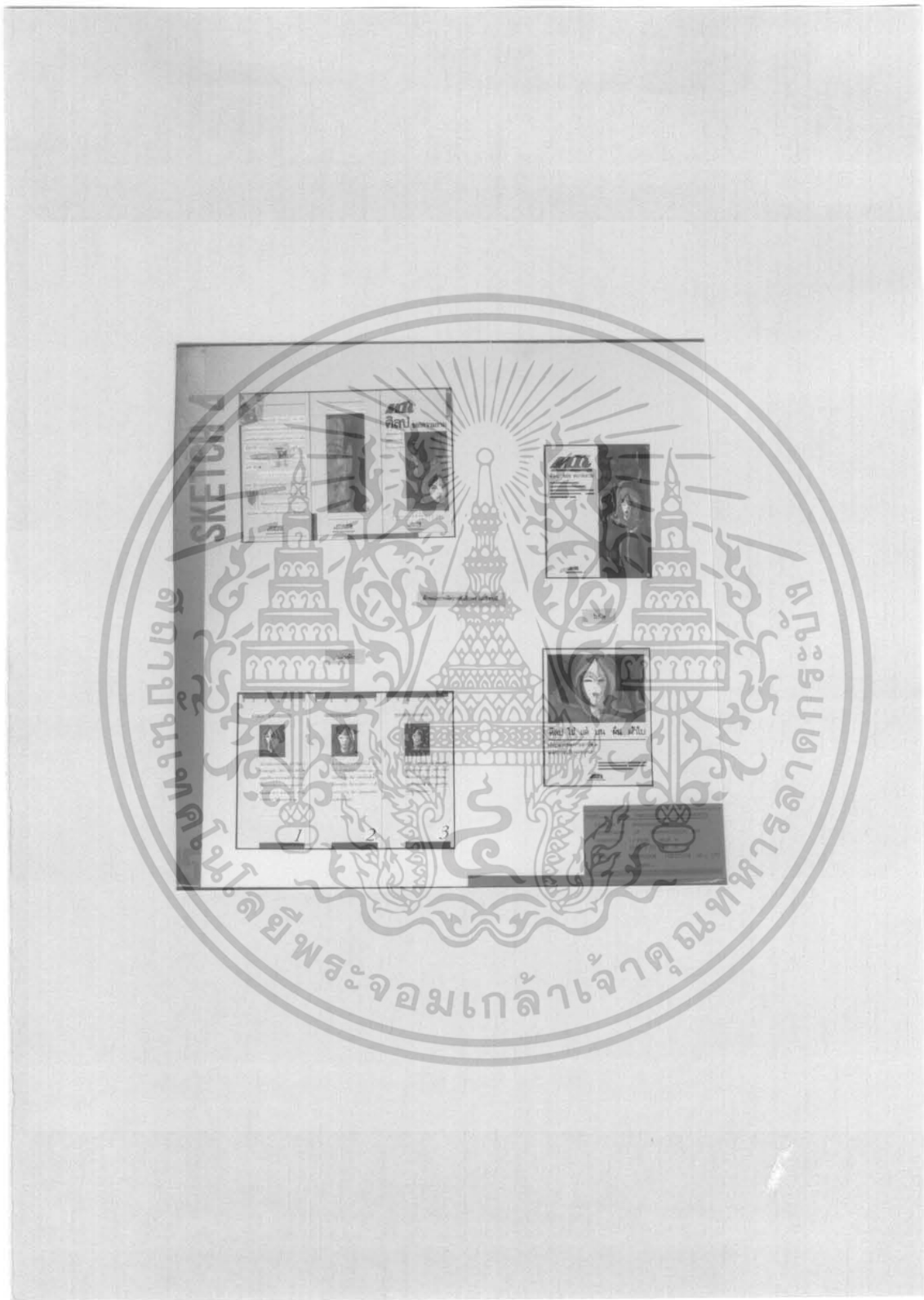
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



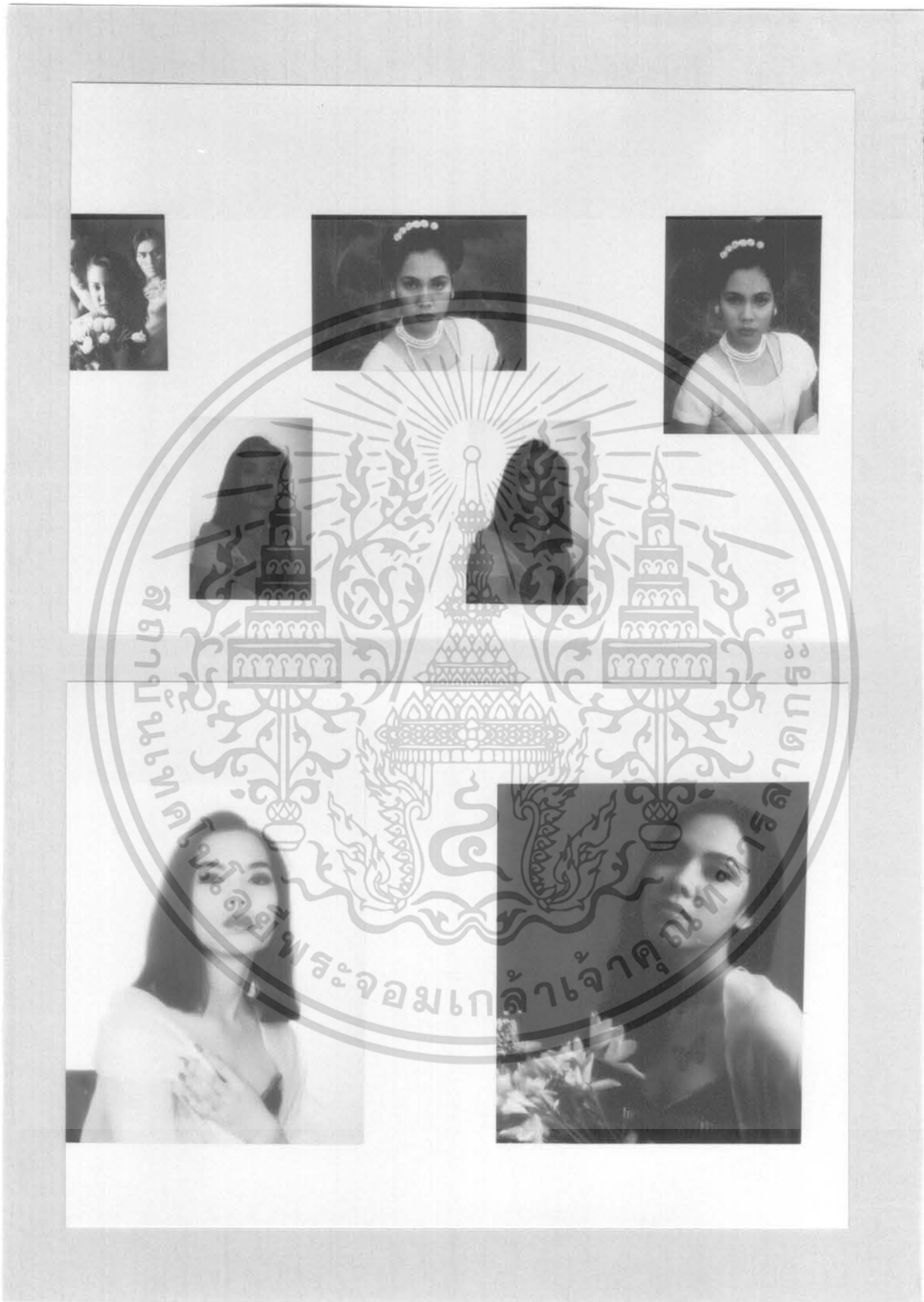
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



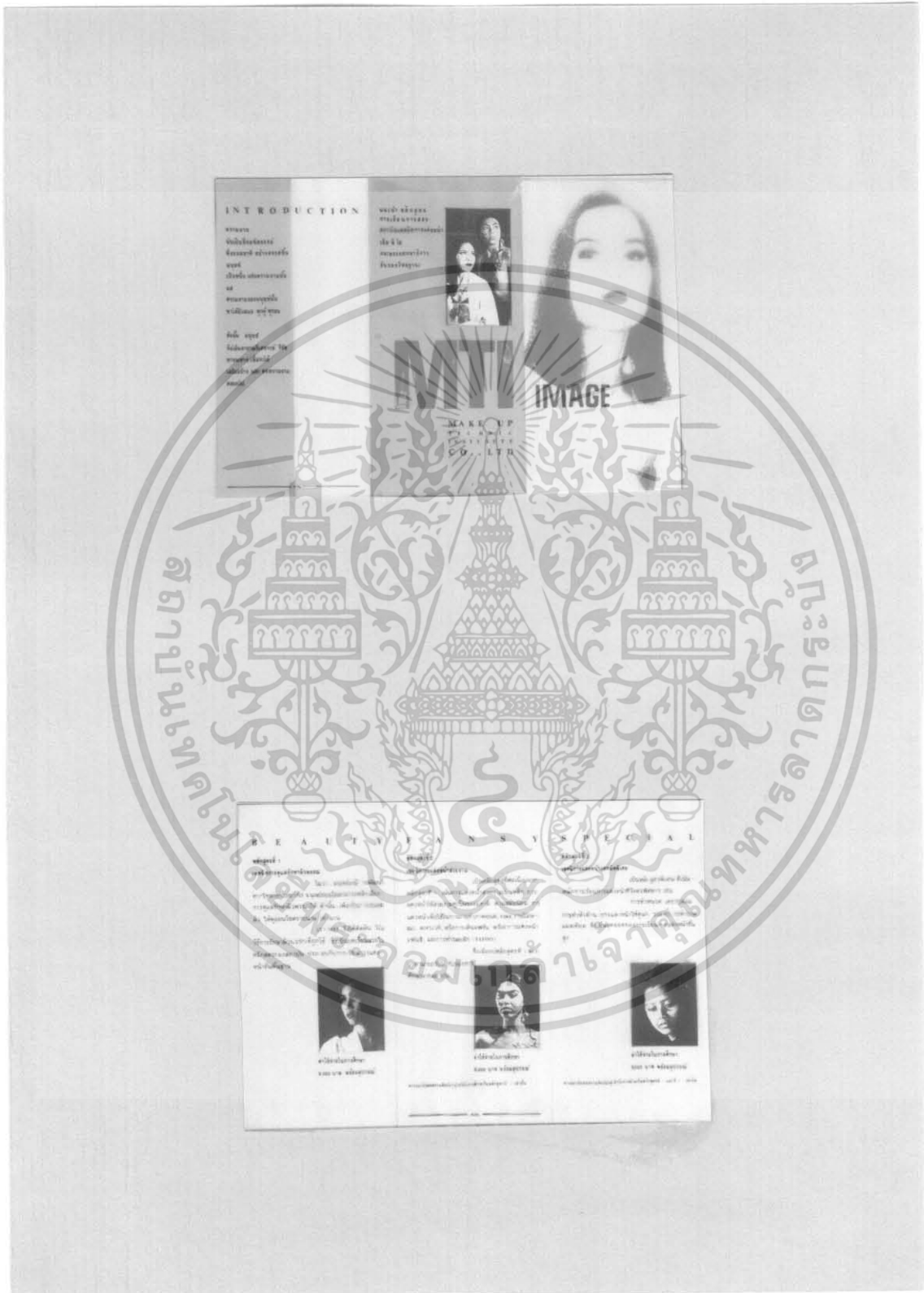




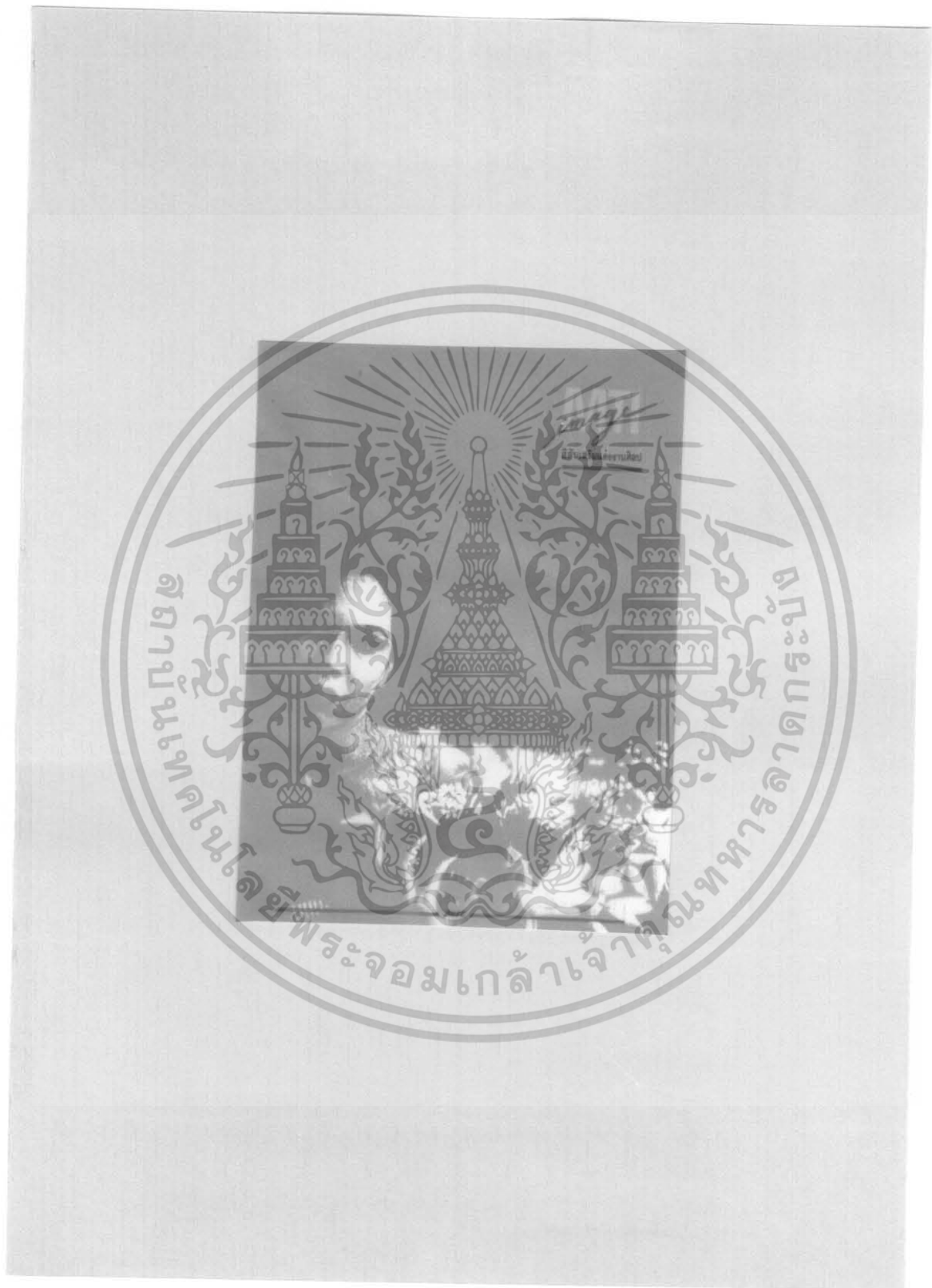
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 1. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

- เริ่มจกการวาดแบบร่าง (SKETCH) และทำการจัดใบ ซึ่งถ้อยเบเปลี่ยนแปลงแบบเมื่อเจอปัญหา โดยเปลี่ยนเป็นการถ่ายภาพนอกสถานที่ (เป็นส่วนหาญ) ใช้แสงธรรมชาติในการถ่ายภาพ
- สักตัวหนังสือ, วางรูปเดิม (LAY OUT) ทำเป็นฟิล์ม นำไปฉีดสกรีน (SILK SCREEN) พิมพ์ได้ตามต้องการบนงาน
- ทำ อาร์ต เวิร์ค (ART WORKS) ตัวหนังสือ และสัญลักษณ์ (LOGO) ของลูกค้าให้ เพื่อเตรียมไว้ในการทำสไลด์ประกอบเสียง
- จัดเตรียมภาพที่ใส่ มาประกอบกับตัวงานให้เรียบร้อย และนำรูปที่ถ่ายมาทำสไลด์ประกอบขึ้นวางบนตู้เท เพื่อเทียบความพอดีของงาน จัดหาอุปกรณ์เสริม จัดหาอุปกรณ์เทคนิคต้องมืก วางภาพและเรียงลำดับเรียบร้อย เข้าห้องอัดเสียงเลือกเพลง บันทึก เป็นแถบเทป ทำเทป และภาพที่ฉีดไว้ ไปนำลงจอคอมพิวเตอร์เรื่องคอมพิวเตอร์ให้ เข้ากับสไลด์โปรแกรมสตีวรี่บอร์ด (STORY BOARD)

## 2. ขั้นตอนการทำสไลด์มีเดีย-วีชั่น

แต่เดิมการฉายภาพสไลด์ จากจากเครื่องเพียง 1 เครื่อง และมีภาพปรากฏบนจอเพียง 1 ภาพ การเปลี่ยนแปลงแต่ละครั้ง จะมีช่วงที่แสงถูกปิดชั่วขณะทำให้จอภาพมืดและเปิดเป็นภาพต่อไป (จอสว่าง) ลักษณะมืดและสว่างเช่นนี้ เมื่อมองชวมนาน ๆ ทำให้เกิดอาการเมื่อยตา ด้วยเหตุนี้ภาพจากสไลด์จึงไม่ได้รับความนิยมมากเท่าภาพยนตร์ เมื่อมีการพัฒนาจอแสดงผลมีหลายขนาด ไม่ตรงคอมพิวเตอร์วีดิโอใช้ควบคุมเครื่องฉายสไลด์ประกอบกับมีการพัฒนาเทคนิคการฉายภาพสไลด์ ทำให้มีข้อจำกัดต่างๆ หากไม่สามารถฉายได้ครั้งละหลายภาพ จากเครื่องฉายหลายา เครื่อง เพื่อให้ภาพเหล่านั้นปรากฏบนจอเดียวกัน หรือมา กัน และต่อเนื่องกัน ลักษณะ เช่นนี้เกิดขึ้นได้เพราะการ เปลี่ยนและฉายภาพได้ปรากฏบนจอ ทำให้เกิดการฉายภาพต่อเนื่องเข้า (FADE IN) หรือต่อเนื่องออก (FADE OUT) หรือสามารถควบคุมการฉายภาพต่อเนื่องเข้าและต่อเนื่องออกได้ปรากฏบนจอหรือมา กัน (DISSOLVE) หรือจะเพิ่มตัวอักษรเข้าไปบนจอขณะฉายอยู่ (SUPPERIMPOSE) ได้ทันทีจากข้อดีเศษทางเทคนิคต่างๆ เหล่านี้ ทำให้สลับเซตความสามารถของการฉายสไลด์มีเดีย-วีชั่น กว้างไกลยิ่งขึ้นไปอีก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.1 การผลิตสไลด์มีลิต-เวชั่น

การผลิตสไลด์มีลิต-เวชั่น โดยทั่วไปนิยมทำตามระบบการวางแผนการผลิต ภาพยนตร์ เนื่องจากขั้นตอนต่างๆ ในการดำเนินการคล้ายกัน ปกติแล้วการวางแผนการผลิตสไลด์มีลิต-เวชั่นจะแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนด้วยกันคือ

1. การวางแผนและเตรียมการผลิต (PLANNING)
2. การดำเนินการผลิต (PRODUCTION)
3. การนำเสนอ (PRESENTATION)

ในแต่ละขั้นตอนก็มีรายละเอียด ซึ่งจะต้องกล่าวไว้คร่าวๆ ทั่วไป ทั้งนี้ขั้นตอนที่ยุ่งยาก และสำคัญอยู่การดำเนินการผลิต ดังนั้นจึงจะอธิบายขั้นตอนที่ 2 ให้ละเอียดมากกว่าขั้นตอนอื่นๆ

## 2.2 การวางแผนและเตรียมการผลิต

การวางแผนและเตรียมการผลิต ผู้ดำเนินการจะต้องได้ข้อมูลและจุดประสงค์หลักของเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ "แนวความคิดรวบยอด" (CONCEPT) จัดย่นาข้อมูลและเป้าหมายมาทำความเข้าใจ ให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ที่ต้องการอย่างแท้จริง ทั้งนี้เพื่อจะนำมาข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการจัดทำบทเพื่อการถ่ายทำ และบันทึกเสียงงานการพากย์ บทขึ้นนี้ควรได้รับปรึกษาขอความคิดเห็นและเทคนิคต่างๆ จากผู้เขียนบทมืออาชีพ และช่างภาพ เพราะบุคคลทั้งสองจะมีความรู้ความเข้าใจวิธีในการจัดทำ และถ่ายทำทางด้านเทคนิคเป็นอย่างดี นักเขียนบทจะต้องพยายามคิด (จินตนาการ) ภาพจากข้อมูลโดยรวมปรึกษาทางด้านเทคนิคกับช่างภาพหรือคาถาล่อง โดยทั้งหมดจะดำเนินการให้ผลงานทั้งหมดเป็นไปตามจุดประสงค์ของเครื่องผู้ดำเนินการจะต้องจัดทำแผนการดำเนินการไว้ล่วงหน้า เช่น

- กำหนดล่วงหน้าวันที่จะดำเนินการทำงาน 1 สัปดาห์หรือมากกว่านั้น
- กำหนดบท (SCRIPT) ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์
- การถ่ายทำจะทำให้ลักษณะไหนและอย่างไร
- เลือกเพลงและผู้บรรยายที่จะใช้บันทึกเสียง
- จัดเลือกและจัดเตรียมผู้แสดง (ถ้ามี)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- กำหนดและจัดเตรียมสถานที่ถ่ายทำ
  - จัดเตรียมอุปกรณ์ประกอบการถ่ายทำ
  - จัดเลือกและนัดหมายผู้บรรยาย ( นักพากย์ )
  - ประมวลค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมด
- เป็นต้น

การสร้างงานสไลด์มัลติ-มีเดีย ด้วยหากมีเวลาในการทำงานมากพอ จะทำให้ผลงานที่ออกมาดียิ่งกว่างานดูจากวีซีดีระยะเวลา เพราะยังมีเวลามาก การวางแผนการทำงานก็จะมีมากตาม ทำให้ผลงานที่ออกมาดีคุณภาพ และได้ผลตรงตามเป้าหมายที่กำหนดเอาไว้อย่างแท้จริง

### 2.3 การดำเนินการผลิต

การดำเนินการผลิตสไลด์มัลติ-มีเดีย ในขั้นตอนนี้จะต้องมีการประสานงานกับทุกฝ่าย เริ่มจาก

- นักเขียนบท (SCRIPT) WRITERS)
- ช่างภาพ (PHOTOGRAPHERS)
- ช่างเขียน (GRAPHIC ARTISTS)
- นักเขียนภาพการ์ตูน (ANIMATORS)
- ช่างเทคนิคด้านเสียง (SOUND RECORDING SPECIALISTS)
- ช่างเทคนิคด้านแสง (LIGHTING SPECIALISTS)
- ภัณฑากร (DECORATORS)
- เจ้าหน้าที่ด้านแลป (PHOTOGRAPHIC LAP PERSONNEL)
- เจ้าหน้าที่ควบคุมเครื่องฉายและติดตั้ง (PROJECTIONISTS)

ช่างเทคนิคและเจ้าหน้าที่ช่างว จะดำเนินการภากรทำงานของคนเป็นขั้นตอนประสานกัน โดยปกติแล้วจะแยกออกเป็นสองฝ่าย คือ ด้านการถ่ายทำภาพและอีกสายหนึ่งคือ ด้านการบันทึกเสียง เมื่อทั้งหมดดำเนินการเสร็จสิ้นแล้ว เจ้าหน้าที่ด้านเทคนิคการฉายจะนำภาพสไลด์บทเพียงที่เอมูร์ณ์นำมาเข้าเครื่องฉายเพื่อป้อนสัญญาณควบคุมการฉายภาพอัศจรรย์ในแบบบันทึก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เสียง การป้อนสัญญาณควบคุมการฉายเป็นการกำหนด (PROGRAM) ภาพและเสียงบรรยายให้ตรงกัน ตามระยะ เวลาและผลพิเศษด้านเทคนิคของภาพที่ต้องการ เมื่อป้อนสัญญาณให้สมบูรณ์ทั้งหมด เครื่องควบคุมการฉายสีก็จะทำงานตามสัญญาณที่กำหนดไว้เองโดยอัตโนมัติ

**งานเรียงของบทจะแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ**

1. ถูกคำกับบททำให้เรียบร้อยแล้ว งานชิ้นต่อไป คือ บันทึกเสียงบรรยายและเสียงดนตรีเข้าด้วยกัน จากนั้นจับเวลาความยาวของบททั้งหมดก่อน แล้วจึงค่อยจับเวลาเป็นช่วงๆ โดยแบ่งเป็นตอนๆ (SEQUENCE) ตามความเหมาะสมของเนื้อหาหรือเสียง ทั้งนี้เพื่อที่จะได้จัดภาพหรือเทคนิคต่างๆ ได้เป็นอย่างดีและกลมกลืนกัน สามารถสร้างสรรค์ (CREATE) ผลงาน
2. จัดทำบทให้ลูกค้า ต้องมีการปรึกษาถึงความต้องการและวัตถุประสงค์ของลูกค้าก่อน

ฝ่ายอื่น ๆ ก็จะมีช่างภาพซึ่งทำหน้าที่วัดแสงไปด้วย ช่างเทคนิคเสียงเจ้าหน้าที่ดูแลเจ้าหน้าที่ควบคุมเครื่องฉายและติดตั้ง พร้อมกันเป็นคนที่รับปรแกรมให้กับเครื่องด้วย ผู้ผลิต (PRODUCER) ซึ่งทำหน้าที่จะเป็นผู้หาสารคดีหน้าที ตั้งแต่เป็นผู้วางแผนและเตรียมงาน ควบคุมการถ่ายภาพ การจัดแสง การตัดเลือกเพลง และผู้บรรยาย เป็นผู้คิดสร้างสรรค์ผลงานให้ออกมาในรูปแบบต่างๆ ตามความต้องการของลูกค้า เพราะฉะนั้นตำแหน่งดังกล่าวจึงต้องมีความรับผิดชอบสูง ผู้ปฏิบัติงานเหล่านี้จะต้องจัดระเบียบความคิด และการทำงานให้มีระเบียบแบบแผน มิฉะนั้นผลงานที่ออกมาจะไม่ได้เป็นไปตามที่ต้องการ ผู้ผลิตจึงต้องลงมือทำเอง หรือควบคุมการทำงานอย่างใกล้ชิด เพื่อให้ได้ผลงานที่มีคุณภาพมากที่สุด

## 2.4 การบันทึกเสียงประกอบสีไลค์

เสียงเป็นส่วนสำคัญในการที่จะช่วยเสริมสร้างอารมณ์และความรู้สึกของผู้ชม ซึ่งหากเสียงไม่ดีหรือไม่มีเสียงประกอบ ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกขาดหายไปบางอย่างไป เสียงจึงมีความสำคัญและสัมพันธ์กับภาพ ด้วยเหตุนี้ในการทำสีไลค์มีลิต-วีชั่น จึงต้องตระหนักถึงความสำคัญของเสียงด้วย

### 2.4.1 คำบรรยาย

คำบรรยายประกอบจะต้องตรง และครอบคลุม เรื่องที่จะนำมา เสนอได้ค่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรยายที่ที่ค่อนข้างใช้ภาพยาว สั้นๆ ให้ความความและตรงจุดที่เราต้องการ ไม่จำเป็นต้องบรรยายถึงขั้นละเอียด ควรกล่าวเฉพาะจุดสำคัญ จากนั้นนำคำบรรยายมาจัดลำดับให้เข้ากับภาพหรือจัดภาพให้เข้ากับคำบรรยาย หากจังหวะที่จะเปลี่ยนสไลด์ หากจังหวะที่จะให้เสียงประกอบ

จังหวะที่จะเปลี่ยนสไลด์ที่มีความสำคัญ พอเราจะ จะทำให้ภาพที่ฉายออกมาเป็นสไลด์จังหวะพอดีกับคำบรรยายและ เสียงประกอบ ช่วงเวลาจึงเป็นช่วงสำคัญมาก ทั้งภาพคำบรรยายและ เสียงประกอบจะต้องสัมพันธ์กัน ในการบันทึกตัวกล้องการให้สมบูรณ์จริงๆ ควรทราบที่ละเอียดเยี่ย จะต้องทำเครื่องหมายบอกจังหวะที่จะ เปลี่ยนสไลด์ให้ด้วย คนตรีหรือเสียงประกอบจังหวะที่จะใช้จะต้องบอกไว้ด้วยว่าจะใช้เสียงหนัก เบาอย่างไร และตอนใด ก็ยอมมากช่วงจังหวะจะ เปลี่ยนสไลด์ มัก ขึ้นช่วงที่ลดเสียงคนตรีลงจนแทบ (FADE-OUT) และเมื่อเปลี่ยนสไลด์แล้วสักครู่จึงบรรยายแล้วจึงค่อยๆ เร่งเสียงคนตรีให้ดังขึ้น (FADE-IN)

ในการบันทึกเสียงคำบรรยาย ต้องเป็นคำบรรยายที่ได้รับการตรวจแก้ไขจนพร้อมอย่างเต็มที่ ไม่มีการแก้ไขใดๆ ทั้งสิ้นจึงค่อยบันทึก การอ่านคำบรรยายจะต้องชัด ไม่เร็วหรือช้าเกินไป เสียงที่อ่านควร เป็นเสียงที่เข้ากันได้ดีกับเนื้อเรื่อง เช่น เป็นการรำลึกถึงอดีตที่มีความยิ่งใหญ่ เสียงควรใหญ่ขึ้นทั้งดูมีอำนาจ ไม่ให้เอาคนเสียงเล็ก ๆ มาอ่าน

#### 2.4.2 คนตรีและเสียงประกอบ

เสียงคนตรีและเสียงประกอบมีส่วนช่วยอย่างยิ่งที่จะทำให้เรื่องราวน่าสนใจมากยิ่งขึ้น คนตรีที่เลือกใช้จะต้องเข้ากับเรื่องราวที่เสนอ เพื่อที่จะเสริมให้ผู้ดูเข้าใจเรื่องราวได้ดียิ่งขึ้นและถึงช่วยสร้างอารมณ์ให้แก่ ผู้ดูได้ยิ่ง คนตรีที่เลือกใช้เป็นเพลงบรรเลงอย่างเดียว ไม่นิยมใช้คนตรีที่ใส่การร้องประกอบ (ยกเว้นแต่ต้องการเป็นพิเศษเท่านั้น) เพราะจะทำให้การฟังของผู้ดูก่อให้เกิดความสับสนได้ นอกจากนี้ทีมงานเองของคนตรียังมีส่วนช่วยในการที่เรานำมาใช้เล่นเทคนิคใน เรื่องภาพได้ยิ่ง ก็โดยจัดให้เทคนิคโลดเข้ากับเพลง เช่น เพลงทำนองเร็ว ภาพก็จะขึ้นขึ้นเร็ว ๆ ตาม เป็นต้น

#### 2.4.3 เสียงประกอบ(SOUND EFFECT)

เสียงประกอบ คือการใช้เสียงจริง เพื่อช่วยแสดงรายละเอียดของสถานที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สิ่งของหรือเหตุการณ์ เพื่อสร้างมิติใหม่ของการแสดง ก็จะช่วยให้ผู้ชมเหมือนเข้าไปร่วมอยู่ในเหตุการณ์นั้นด้วย

เมื่อได้เขียนดนตรีทั้งหมดแล้ว ก็นำมารวบรวมเพื่อนำไปผสมสัญญาณเสียง (MIX) จนกระทั่งถูกต้อง เหมาะสมกับการแสดงแล้วนำไปเป็นแนวทางหลักในการจัดรูปแบบและวางโปรแกรมของภาพอีกครั้ง เพื่อที่สัญญาณเสียงสอดคล้องและสัมพันธ์กับภาพตลอดทั้งเรื่อง

## 2.5 การจัดเรียงลำดับภาพ (COMPOSE)

การจัดเรียงลำดับภาพที่ปรากฏบนจออย่างต่อเนื่องมี 2 ขั้นตอน คือ

2.5.1 COMPOSE อย่างหยาบ เป็นการเรียงลำดับภาพอย่างคร่าว ๆ หมายความว่า ภาพที่เราจัดเรียงบน LIGHT BOX นั้นถูกวางเรียงเป็นเรื่องราวอย่างต่อเนื่องตรงตามเทป (SCRIPT) กำหนดเอาไว้

2.5.2 COMPOSE อย่างละเอียด หมายความว่า ภาพทุกอย่างที่เราทำพร้อมและครบหมดแล้ว จากนั้นนำภาพมาเรียงใหม่ ทั้งนี้จะต้องคำนึงถึงลักษณะ และจำนวนจอภาพด้วย ว่าเป็นลักษณะใด เช่นทำงานในเป็นงานสไลด์จอเดียว เช่น PROJECTOR (เครื่องฉาย) 3 เครื่อง เราจัดเรียงภาพได้บาร์ละ 3 ภาพ (ตั้งรูป) คือ 1 ภาพต่อ 1 เครื่องฉาย ส่วคนที่ทำหน้าที่เพราะการทำงานบนเครื่องฉายที่จะฉายภาพให้ปรากฏบนจอได้ครั้งละ 1 ภาพต่อ 1 เครื่องภาพต่อเนื่องกัน เครื่องเดียวกัน ต้องใช้เวลาในการหมุนลงเครื่องฉายประมาณ 2 วินาที จึงจะสามารถฉายภาพต่อไปได้ ซึ่งในช่วงเวลาดังกล่าวจะหาให้จอฟืด เราจึงนำภาพต่อไปอยู่ในเครื่องฉายเครื่องที่ 2 เสีย เพื่อให้จะได้เกิดภาพอย่างต่อเนื่องกันโดยที่ไม่มีจอฟืด เมื่อภาพบนเครื่องฉายที่ 2 ปรากฏบนจอ ก็ต้องรอจังหวะหมุนอีกประมาณ 2 วินาทีเช่นกัน เราจึงใส่ภาพต่อไปในเครื่องฉายที่ 3 ด้วยเหตุนี้ เราจึงต้องเรียงภาพเป็นบาร์ ๆ เพื่อให้จะได้นำภาพสไลด์ลงในเครื่องฉาย โดยเรียงลำดับกันไปเรื่อย ๆ ตั้งภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1A	1B	1C
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1A	1B	1C	2A	2B	2C	3A	3B	3C
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

อาคารที่มีมากกว่า 1 จอ คือ 2 จอ, 3 จอ ฯลฯ เราก็จัดเรียงเป็นบาร์ ๆ เช่นกัน โดยเรียงจากอาคารมากขึ้นตามจำนวนจอและเครื่อง เช่น เป็นภาพ 3 จอ เพราะฉะนั้นมี 3 บาร์ จำนวนภาพในแต่ละภาพ ขึ้นกับจำนวนเครื่องฉายในแต่ละ UNIT มี เครื่องฉาย 3 เครื่อง มีภาพบาร์ละ 3 ภาพ ถ้า 4 เครื่อง มีภาพบาร์ละ 4 ภาพ ดังภาพ

1A	2B	3C	4D
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

เมื่อ COMPOSE ภาพก็เลยจะ เขียวแล้ว ก็นำภาพมาป้อนคำสั่งการฉายใส่ลงบน คอมพิวเตอร์ ในกรณีที่เรารู้การควบคุมภาพก็เลยใช้เครื่องรีโมท แต่ถ้า เป็นระบบอื่นซึ่งมีอีก 2 ระบบ คือ การควบคุมโดยเครื่องโปรแกรม คอมพิวเตอร์ (PROGRAM CONTROL) หรือ เครื่อง PROGRAMMABLE DISSOLVE CONTROL ขึ้นอยู่กับลักษณะความต้องการที่จะนำเสนอ (ด้าน เทคนิคของการฉายภาพ) เราก็นำภาพสไลด์และเสียงที่สมบูรณ์ นำมา เข้า เครื่องฉาย เพื่อ ป้อนสัญญาณการควบคุมการฉายภาพให้กับตัวเครื่องในแบบบันทึกเสียง การป้อนสัญญาณการควบคุม การฉายเป็นการกำหนด (PROGRAM) ภาพและ เสียงให้ตรงกับตามระยะเวลาและผลพิเศษ ทางด้านเทคนิคของภาพที่ต้องการ เมื่อป้อนสัญญาณให้สมบูรณ์ทั้งหมดก็ เป็นอันเสร็จขั้นตอนการ ผลิตสไลด์สไลด์-วีซีดี หรือมีที่จะนำไปฉาย ซึ่ง เวลาฉายเครื่องควบคุมการฉายสไลด์จะทำงาน ตามสัญญาณที่กำหนดไว้โดยอัตโนมัติ

## 2.6 การนำเสนอ

การนำเสนอ เป็นขั้นตอนสุดท้าย เพื่อให้ภาพสไลด์สไลด์วีซีดีและ เทปเสียงที่สมบูรณ์ หรือสัญญาณทางเทคนิคภาพ หลังจากนี้จะ เป็นบทบาทและหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ควบคุมเครื่อง ซึ่งจะทำการ ทิศตั้งเครื่องและค่าในการ เสนอโดยภาพ

2.6.1 จัดเตรียมเครื่องฉาย เครื่องควบคุม เครื่องเสียง จอ ลักษณะของเวทีเป็นต้น

2.6.2 ตรวจสอบอุปกรณ์ทุกชิ้นที่ตรงเชิงงานให้ครบ หรือมีที่จะดำเนินการ

2.6.3 ตั้งเครื่องมือ อุปกรณ์ประกอบให้พร้อมที่จะ เสนอ (ALIGNMENT)

2.6.4 ทดสอบฉายภาพและเสียงครั้งหนึ่ง เพื่อตรวจความพร้อมและข้อบกพร่อง ต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น เช่น ภาพไม่ตรงตามที่กำหนด เนื่องจากเครื่องฉายขัดข้อง ภาพเบลอ ภาพมืด อาจเป็นเพราะ COPY ภาพไม่ดี กระจกสไลด์ ALIGNMENT เครื่องฉายไม่ตรงกับจอ เกิดความเหลื่อมชั้นบนจอ เป็นต้น การทดสอบก่อนฉายมีความสำคัญมาก เพราะการ ฉายสไลด์สไลด์-วีซีดี มีปัญหาหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ เกิดขึ้นได้มากมาย หากเราไม่ระวังแยกแยะ ผลที่ออกมาจะทำให้งานไม่สมบูรณ์ เกิดความผิดพลาดขึ้นได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.6.5 ทั้งเทพและสโเลทท์ที่จุกเริ่มกัน พร้อมทั้งจะเสนอให้กับที่

## 2.7 ประเภทของการสร้างงานแอสโลทท์-วักัน

แบ่งตามลักษณะของภาพและ เรื่องราวที่ปรากฏบนจอ แบ่งได้ 3 ประเภทคือ

2.7.1 EMOTIONAL เป็นการสร้างงานโดยมุ่งให้เกิดความประทับใจ ความรู้สึก และอารมณ์ และอารมณ์ร่วมเข้ากับภาพและ เรื่องราวที่ปรากฏ งานประเภทนี้ภาพจะสวยงามเด่นชัด และคำพูดที่มุ่งสร้างอารมณ์ความรู้สึกร่วมกับภาพและ เสียงจะดำเนินไปอย่างนุ่มนวลค่อย ๆ สร้างอารมณ์และจินตนาการให้กับผู้ชม เป็นการนำจุดเด่นที่จับเปรียบเทียบกับอื่น ๆ ของแอสโลทท์วักัน งานประเภทนี้มักใช้กับงานที่เกี่ยวข้องกับสถาบันหรือบุคคล เช่น งานครบรอบของสถาบัน งานฉลองวันคล้ายวันเกิด งานเลี้ยงรุ่น

2.7.2 DATA เป็นงานที่มุ่งเสนอข้อมูลหรือเรื่องราวต่าง ๆ แก่ผู้ชมเป็นสำคัญเป็นการใช้ภาพประกอบเพียงเล็กน้อย เป็นความรู้หรือข่าวสารที่กิจการจะบอกให้ผู้ชมได้รับทราบ เช่น งานออกหรือแนะนำสินค้าใหม่ของบริษัท การโฆษณาหรือความก้าวหน้าของวิสาหกิจการอันใหม่ยุคยังของ บริษัท การศึกษา เป็นต้น การสร้างงานประเภทนี้จึงต้องอาศัยการเดินเรื่องที่น่าสนใจจะกระชับได้ใจความมากที่สุด เพราะมุ่งที่จะเสนอสาระอันทำให้ผู้ชมเบื่อหน่ายได้ ทำให้ไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ การใช้ภาพที่สลับและเทคนิคที่ใหม่คร่ำใหม่ จะช่วยดึงดูดความสนใจจากผู้ชมได้มาก

2.7.3 EMOTION & DATA เป็นการผสมผสานงานทั้ง 2 ประเภทในงานชิ้นเดียวกัน ซึ่งมักใช้เน้นกรณีที่เนื้อหาของบทความที่ความหลากหลาย หรือมีแต่ข้อมูลทางวิชาการมากจนน่าเบื่อ หรือเป็นเรื่องราวประวัติศาสตร์ความเป็นมาของสถาบัน อันมีความเป็นมาค่อนข้างยาวนานลักษณะดังกล่าวมาเป็นงานที่ทำหายเพราะหาได้ยากมากในการที่จะดึงและสร้างอารมณ์ ความสนใจของผู้ชมให้เกิดขึ้นตลอดระยะเวลาการชม แต่ทั้งนี้การสร้างงานทั้ง 2 แบบ ต่างก็มีจุดเด่นต่าง ๆ กัน เราจึงเลือกเอาจุดเด่นของทั้ง 2 แบบมาทำ ิทยการผสมผสานอย่างกลมกลืนเลือกลักษณะการใช้ให้ถูกต้อง และเหมาะสมกับเนื้อหาและช่องทางขององค์กร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.8 การใช้เทคนิคพิเศษและการกำหนดรูปแบบของภาพ

### การใช้เทคนิคพิเศษ

เทคนิคงานที่นี้หมายถึง ลักษณะการ เบี่ยงเบนและการปรากฏของภาพบนจอ ในลักษณะต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความหลากหลายในภาพ เพื่อดึงดูดความสนใจและสร้างอารมณ์ความรู้สึกของผู้ชมในขณะที่ชมผลผลิตสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยทำงานขึ้นก่อนการป้อนคำสั่ง (โปรแกรม) ในคอมพิวเตอร์

#### 2.8.1 ภาพจางเข้า และภาพจางออก (FADE IN, FADE OUT)

ภาพจางเข้า (FADE IN) เริ่มจากการทำให้จอภาพมืดสนิทก่อนแล้วภาพจึงค่อย ๆ ปรากฏตัวร่างขึ้นทีละน้อย จนปรากฏชัดจนความมืดเป็นภาพที่เราต้องการนำเสนอ

ภาพจางออก (FADE OUT) เริ่มจากทำให้ภาพที่ปรากฏบนจอค่อย ๆ ลดแสงลงจนทำให้ภาพนั้นมืดลง ๆ จนมืดสนิท

2.8.2 ภาพจางซ้อน (DISSOLVE) เป็นการนำเอาเทคนิคของภาพจางออกกับจางเข้ามาซ้อนทับกัน คือ ในขณะที่ภาพแรกกำลังจะจางหายไปจากจอภาพ ภาพที่สองก็ค่อย ๆ ซ้อนทับปรากฏชัดขึ้นมาแทน

ทั้งสองวิธี เป็น เทคนิคพื้นฐานของวิดีโอ-วีดิทัศน์ เทคนิคดังกล่าวสามารถนำมาคิดแปลงและปรับรูป ๆ ให้เกิดเทคนิคใหม่ ๆ ขึ้นมาได้ โดยควรวางแผนการสร้างภาพและกำหนดระยะเวลาการปรากฏของภาพบนจอในแต่ละช่วง ๆ กัน

2.8.3 ภาพซ้อน (SUPERIMPOSE, DOUBLE, ENPOSURE) เป็นการปรากฏของภาพ 2 ภาพซ้อนกัน การทำการซ้อนต้องวางแผนให้ภาพทั้ง 2 ภาพ เมื่อซ้อนทับกันแล้วจะได้ภาพที่ต้องการ เช่น ภาพบุคคลแล้วซ้อนตัวหนังสือของบุคคลนั้น เป็นต้น การทำภาพซ้อนทำโดยสั่งให้ภาพหนึ่งเข้าไว้ แล้วตั้งให้อีกภาพที่เราต้องการให้ซ้อนขึ้นบนจอโดยการกำหนดเวลาสั้น ๆ

2.8.4 การให้ภาพเดิมปรากฏบนจออย่างต่อเนื่อง (LOOP) ในทิศทางต่าง ๆ กัน เป็นการตั้งซ้ำคำสั่งเดิม เช่น วางแผนให้ภาพ 3 ภาพ ภาพสินค้าขนาดเล็ก ขนาดกลาง ขนาดใหญ่ ปรากฏอยู่บนจอพร้อม ๆ กัน 3 ภาพ ในแต่ละภาพจะมีคำสั่งให้ขึ้นจอทีละภาพ โดยภาพเล็กก่อน พอภาพเล็กจางออกก็สั่งให้ภาพกลางจางเข้า โดยที่ภาพเล็กยังคงปรากฏอยู่บนจอ ในขณะที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ภาพขนาดกลางกว่าแล้วจะจางออก ก็สั่งใช้ภาพขนาดใหญ่มากเข้า ครอบที่ภาพขนาดเล็กและ  
กลางยิ่งควบคุม แต่แสดงน้อยลง การ LOOP ก็คือสั่งให้ภาพทั้ง 3 ปรากฏขึ้นมา แล้วแต่เรา  
ต้องการให้ภาพนั้น ๆ LOOP ก็คือสั่ง ภาพที่ปรากฏจะดูเหมือนเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่อง

#### 2.8.5

การทำภาพเคลื่อนไหว (ANIMATION) วิธีนี้จะต้องมีการวางแผนใน  
เรื่องรูป เพราะภาพนิ่งจะดูเคลื่อนไหวได้ก็โดยเขียนสิ่งที่เคลื่อนไหวไม่ให้เห็นที่ละน้อยและบันทึก  
ภาพไว้ทุกครั้งที่ย้าย ซึ่งแล้วแต่ว่าต้องการให้เคลื่อนไหวมากน้อยเพียงใดถ้าเคลื่อนไหวน้อยใช้  
ภาพนิ่งมากกว่า 2 หรือ 3 ภาพ ภาพที่ปรากฏจะค่อนข้างหยุดนิ่งจำนวนภาพมากการเคลื่อนไหว  
จะดูนิ่งนวล เป็นธรรมชาติ เมื่อถ่ายภาพเป็นชิ้น ๆ แล้วก็มาถึงการป้อนคำสั่งให้  
ภาพปรากฏบนจอ วัตถุประสงค์จึงหวนกลับมาหาจอแต่ละภาพให้ปรากฏในระยะเวลาต่าง ๆ  
กันอย่างต่อเนื่อง เรียงตามลำดับการเคลื่อนไหวของภาพ เช่น ภาพดอกไม้ค่อย ๆ บาน  
ภาพคนกำลังวิ่ง เป็นต้น

2.8.6 ภาพกราฟิก เป็นการสั่งให้แสงสว่างเข้าออกในภาพอย่างเร็ว ๆ เช่น  
ภาพดวงไฟของกราฟิก เป็นต้น เป็นการเน้นและดึงดูดความสนใจ

### 2.9 การกำหนดรูปแบบ (FORMAT) และลักษณะของภาพ

#### 2.9.1 การกำหนดลักษณะของจอภาพ

เป้าหมายต้นของสไลด์มัลติ-มีเดียอีกอย่างหนึ่ง คือ สามารถกำหนดรูปแบบ  
ของจอภาพได้ว่า จะให้จอขนาดไหน แบบใด จะเป็นแบบจอเดี่ยว หรือ ขนาด 2 จอ, 3 จอ,  
5 จอ ฯลฯ หรือจะวางเป็นรูปกวางบาท หรือจะฉายบนผนังสัก ผาผนังรอบ ๆ ห้องก็ได้ ไม่มี  
การจำกัดในเรื่องรูปแบบของจอภาพ แล้วแต่ความคิดสร้างสรรค์ของผู้ผลิต สิ่งที่ต้องคำนึงถึง คือ  
สไลด์มัลติ-มีเดียเป็นการฉายด้วยเครื่องฉายมากกว่า 2 เครื่องขึ้นไป ยิ่งมากจอก็ยิ่งต้องใช้เครื่อง  
ฉายและเครื่องควบคุมการฉาย (DISSOLVE CONTROL) มากขึ้นตามไปด้วย

ขนาดและลักษณะของจอภาพ ขึ้นกับความต้องการและวัตถุประสงค์การนำ  
งานว่าเป็นงานขนาดไหน มีความสำคัญเพียงใด ผู้ชมจำนวนเท่าใด ฯลฯ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.9.2 กำหนดจากรูปแบบต่าง ๆ ของกรอบใส่ภาพ (MOUNT SLIDE)

รูปแบบของกรอบจะมีมากมายหลายแบบ แล้วแต่ความต้องการในการใช้งานว่าต้องการให้ภาพปรากฏออกมาเป็นแบบใด เป็นวิธีสร้างสรรค์งานเรื่องภาพอีกแบบหนึ่ง

ลักษณะของกรอบที่พอจะ ยกตัวอย่างให้เห็นได้ เช่น

- แบบธรรมดาทั่ว ๆ ไป
- แบบแบ่งพื้นที่ 1/2, 1/3, 1/4
- แบบรูปวงกลม
- แบบรูปสามเหลี่ยม

ในกรณีนี้ เราต้องนำภาพที่จะมาใส่กรอบในรูปแบบต่าง ๆ นั้นย่อให้เป็นตามขนาดที่จะใส่ในกรอบนั้น ๆ คือ นำภาพเดิมแบบ DUP. ให้เป็นอีกขนาดหนึ่งที่ต้องการ ซึ่งต้องจัดเตรียมไว้แล้ววางขึ้นวางแผ่นที่จะให้ภาพเห็น มีขนาดอย่างไร

### 2.9.3 กำหนดภาพโดยการทำหน้ากาก (MASK)

ขั้นตอนงานภาพที่ต้องการให้ภาพปรากฏในงานแบบต่าง ๆ MASKING คือ การทำสไลด์ POSITIVE โดยการเตรียมแผ่นลบ โดยเขียนรูปหรือลักษณะที่เราต้องการด้วยสีขาวลงบนพื้นดำ หรือส่วนสีดำลงบนพื้นขาว แล้วแต่เราต้องการ

MASK แบบต่าง ๆ ซึ่งมีมากมายไม่ยกยว แล้วแต่ผู้ผลิตจะคิดหาขึ้นมาเอง วิธีการก็คล้ายการทำ ARTWORK แล้วนำมาถ่ายด้วยฟิล์ม LITH

หลักเกณฑ์การทำ MASKING คือ ถ้าต้องการไม่ให้ส่วนของภาพปรากฏบนจอก็ให้เอาสีดำมาปิดไว้

### 2.9.4 การทำภาพจลกรว้าง (PANORAMA)

เป็นการทำภาพอย่างกว้าง ๆ (มุมกว้าง) ของสิ่งของ ซึ่งฉายเต็มพื้นที่ของจอรับภาพ ซึ่งวิธีปกติจะถูกสร้างโดยการฉายสไลด์พร้อมกัน 2 ภาพ หรือมากกว่านั้น แต่ภาพชนิดนี้อาจถูกสร้างได้ด้วยสไลด์เครื่องเดียว โดยใช้เครื่องฉายที่มีความยาวภาพเคลื่อน แต่ในกรณีนี้อาจทำให้เกิดปัญหาเรื่องการรักษาความคมชัดของภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพลอกว่างเป็นเหมือนลูกเล่นหรือที่ติดของการแสดง เพราะภาพที่ปรากฏจะสร้างความประหลาดใจในภาพให้กับผู้ชม การใช้ภาพลอกว่างควรเลือกภาพที่จะมาใช้เหมาะสมและ ปรากฏในช่วงเวลาที่เหมาะสมด้วยเช่นกัน

การทำภาพว่างนี้ ทำรอยห้องแลบ ทาจากภาพ ๖ เคียว แล้วนำไปขยาย ๖ เท่า ซึ่งในการขยายออกนี้ ความสูงของภาพเดิมจะถูกคัดออกมาประมาณหนึ่งในสามของภาพในส่วนบน เพราะฉะนั้นจะเหลือภาพอีกสองในสามในส่วนที่เหลือซึ่งในการเลือกภาพที่จะนำมาทำเป็นภาพลอกว่าง จึงควรคำนึงถึงลักษณะในส่วนนี้ด้วยเพื่อจะให้ภาพออกมาตามที่ต้องการ

#### 2.9.5 การทำภาพลอกว่างโดยใช้ SOFT EAGE

SOFT EAGE คือ ฟิล์ม POSITIVE ที่เราทำให้ขอบทั้งสองข้างหรือข้างใดข้างหนึ่งดำ ได้เจดจากฟิล์มเข้ามาแล้วลบจนกระทั่งดำส เราจะทำ SOFT EAGE นี้มาประกบกับภาพที่ต้องการจะทำเป็นภาพลอกว่างการที่ใช้ SOFT EAGE ก็เพราะ SOFT EAGE จะเป็นตัวช่วยเกลี่ยสีและกรอนของภาพ

การ MONTCARD ก็คือการนำภาพ 3 ภาพขึ้นมา ซึ่งอาจจะจะเป็นภาพเดียวกันหรือคนละภาพก็ได้ นำมาจากภาพลอกภาพพร้อม ๆ กัน ขึ้นอยู่กับขนาดของจอว่ามีขนาดกี่จอ ก็ใช้งานขนาดภาพเท่ากันภาพ จากนั้นนำเอา SOFT EAGE มาประกบบนภาพแต่ละภาพ ภาพใดขึ้นซ้าย ซ้ายของจอก็นำ SOFT EAGE ซ้ายขวาประกบ ถ้าขึ้นข้างขวาใช้ SOFT EAGE ซ้ายซ้ายมาประกบ ส่วนภาพกลางใช้ SOFT EAGE ที่ขึ้นทั้งซ้ายซ้ายและขวาประกบ

ผลของภาพที่ปรากฏบนจอ เมื่อนำ SOFT EAGE มาลงบนภาพเรียบร้อยแล้วจะก่อให้เกิดความรู้ที่ผิดและแปลกให้กับผู้ชมอีกแบบหนึ่ง ในขณะที่ผู้ผลิตลิซ่าภาพ เมื่อภาพหลาย ๆ ภาพหรือหลาย ๆ เหตุการณ์ แล้วก็ต้องการนำเสนอในเวลาเดียวกัน ซึ่งวิธีนี้เป็นวิธีที่ให้ผู้ชมตามต้องการ เสมอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.9.6 การประกบภาพกับภาพ หรือภาพกับแผ่นสีฟาง ๖ (SANDWICH)

การประกบภาพเป็นวิธีการสร้างสรรค์ภาพอีกวิธีหนึ่ง โดยหาภาพที่เฝืออยู่  
ปรากฏออกมาในลักษณะต่าง ๆ กัน เช่น ภาพเติมเป็นภาพถ่ายแสงธรรมชาติ แต่เมื่อมาแผ่นสีซึ่ง  
มีขนาดเท่ากับภาพประกบเป็นแบบภาพเติม ผลออกมาจะให้ความรู้สึกต่างจากเติม ซึ่งขึ้นกับสีที่  
เรานำมาประกบด้วยเป็นสีอะไร ถ้าเป็นสีฟ้า ๖ ก็ให้บรรยากาศแบบหนึ่งงานทางตรงกันข้าม ถ้า  
เป็นสีเข้ม ภาพก็จะให้อีกบรรยากาศหนึ่ง เป็นวิธีแก้ไขปัญหาในเรื่องภาพที่ฮัก งานกรณีที่ขาด  
ภาพหรือหาภาพที่ต้องการไม่ได้ อาจหากรรมมาภาพที่เฝืออยู่สร้างขึ้นมาใหม่ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวิธี  
การสร้างสรรค์ของผู้ผลิตแต่ละคนว่า ผู้ใช้จะใช้ของเฝืออยู่มากน้อยเพียงใด เพราะการสร้างงาน  
สไลด์มัลติ-วิชชั่น ไม่เฝือกฎเกณฑ์ที่แน่นอนตายตัวแล้วแต่ความคิดของผู้ผลิตว่า คิดอย่างไรและแต่  
ไหนยังคิดได้มากและ ผู้ใช้ใช้งานสไลด์มัลติ-วิชชั่น ก็จะหาให้ผลงานออกมาดี และ เป็นการพัฒนางาน  
สไลด์มัลติ-วิชชั่นในขั้นที่เราให้คิดเติมต่างประเพณีมากขึ้น นอกจากการนำภาพประกบ  
(SANDWICH) กับแผ่นสีแล้วยังสามารถนำภาพประกบกับภาพที่ฮัก ทั้งนี้ก็องค์การถึงถึงลักษณะ  
ของภาพช่วยด้วยผลที่ออกมาดีหรือไม่

งานกรณีที่มีภาพตัวหนังสือ ด้านภาพทั้งกล่าวไปเลย ภาพที่ออกมาจะเป็นสี  
ขาวธรรมดา แต่ด้านประกบแผ่นสี เช่น แดง เหลือง เขียว ฯลฯ ลงไป ภาพจะมีสีสันมากขึ้น  
ดูดีมากขึ้น หรืออาจให้ภาพถ่ายที่จะปรากฏจนจอกออกมาจากภาพตัวหนังสือประกบลงไปที่ขาว  
ของภาพตัวหนังสือ ก็เลยกลายเป็นภาพถ่าย จากนั้นเราใช้ (PROGRAM) ให้เสียงควบคุม  
(FADE OUT) ภาพตัวหนังสือออกแล้วให้ภาพถ่ายเติม (FADE IN) เข้ามาแทน ซึ่งจะทำให้  
ความรู้สึกฮักแบบหนึ่ง เป็นต้น

## 2.10 ปัญหา อุปสรรค และวิธีการป้องกัน

ปัญหา อุปสรรค ในการทำงานในแต่ละขั้นตอนจะพบปัญหาดังนี้

### 2.10.1 การวางแผนและเตรียมการ

แหล่งข้อมูลไม่พร้อมหรือไม่สมบูรณ์ คือ เรื่องที่หาไม่พิจุคเด่นในตัวเรื่องหรือ  
ไม่มีภาพที่เป็นเรื่องราวความที่ต้องการ เพราะการหาสไลด์บางครั้งไม่สามารถถ่ายภาพที่  
ต้องการได้ทันที หรือเป็นภาพที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่ผ่านมาแล้ว ไม่สามารถไปสร้างเหตุการณ์  
แบบเติมเพื่อถ่ายภาพที่ฮัก เพราะฉะนั้น เรื่องที่จะหาสไลด์มัลติ-วิชชั่น ควรเป็นเรื่องที่พร้อมทั้ง  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## เนื้อเรื่องและภาพ

ระยะเวลาในการทำงาน มักถูกจำกัดโดยลูกค้าเอางานมาให้ในเวลากระชั้นชิดมาก ส่วนมากที่หาเวลาได้เพียง 1 - 2 วันกว่าที่เพื่อน ซึ่งที่ถูกสั่งแล้วควรมีเวลาในการเตรียมการมากกว่านี้ประมาณ 1 เดือน จะทำให้มีเวลาในการคิดและวางแผนงานมากขึ้น ผลที่ตามมาก็คือ จะได้ผลงานที่มีคุณภาพดีเทียบเท่ากับต่างประเทศ

งบประมาณจำกัดค่อนข้างต่ำ เพราะลูกค้ายังไม่เห็นความจำเป็น หรือความสำคัญ อีกทั้งยังขาดความเข้าใจงานเรื่องอิเล็กทรอนิกส์ด้วย ที่จริงที่ความจริงแล้ว ต้นทุนในการผลิตแผ่น เมื่อเทียบกับวีซีดี หรือภาพยนตร์แล้ว แผ่นจะถูกกว่า ผลที่ได้รับก็คุ้มกว่าด้วย นอกจากนี้อิงสาม เราย้ายแผ่นเข้าไปอยู่ในรูปของวีซีดีได้อีก ในกรณีที่ต้องการเปลี่ยนแผ่น และไม่สามารถในการดึงทิ้งเพื่อนำแผ่น

### 2.10.2 การดำเนินการผลิต

#### 1. กรอบแผ่น

- ความสะอาดของกรอบ (MOUNT)

- คุณภาพของกรอบ ต้องทนความร้อน มีความเหนียว เมื่อ (MOUNT)

ภาพลงแผ่นแล้ว ไม่ดีดหรือหงัดว เมื่อโดนความร้อนจากเครื่องฉาย

บนระหว่างที่เครื่องฉายทำงาน

ในเรื่องดังกล่าวระวังให้ดีอย่าเกิดความสะอาด MOUNT ก่อน โดยใช้ผ้าที่เปียก หรือใช้น้ำสำหรับเช็ดโดยเฉพาะ ส่วนในเรื่องคุณภาพมี MOUNT ที่มีคุณภาพดีซึ่งที่ต้องการ แร่ธาตุค่อนข้างสูง คือ กรอบตรา WESS ราคาประมาณอันละ 7 บาท ส่วน MOUNT ที่นิยมใช้ แต่ก็เสี่ยงกับอันตรายพอสมควร เพราะถ้า MOUNT ไม่สะอาด ภาพจะมี ไม่คมชัด และถ้า MOUNT ไม่แน่น ผลคือ MOUNT จะไปลงบนช่องฉาย ทำให้ภาพที่ปรากฏบนจอเป็นแสงจ้าสีขาวของหลอดภาพแทน MOUNT "PIN" ก็พอใช้แทนได้แต่ต้องตรวจให้ละเอียดกว่า MOUNT แน่นดีแล้วจริงว่า MOUNT "GEPE" เช่นเดียวกับ MOUNT PIN ต่างกันตรงที่ PIN มีกรอบกระจก วิชาคุณภาพของฟิล์มแผ่น ไม่ดีถูกฝุ่นละอองหรือรอยขีดข่วน แต่ MOUNT GEPE ไม่มีกรอบกระจกเป็นกรอบเบ้า

## 2. พิสูจน์แนวคิด

- คุณภาพของภาพในเรื่องการสร้างศิลปะยังไม่ได้มาตรฐาน มีผลปัญหาในเรื่องเบี่ยงเบนจากเดิม ทำให้ภาพที่ได้อาจตรงตามความเป็นจริง ซึ่งปัญหาที่เกิดจากนโยบายสร้างศิลปะ ซึ่งไม่สามารถแก้เขาได้ แต่มีวิธีที่นิยมคือ นำศิลปะที่ถ่ายส่งไปส่งหลายๆ แห่ง ไปส่งศิลปะทั้งหมดไปส่งงานที่เดียวกัน
- รอยขีดข่วน รอยนิ้วมือ รุนละอองต่างๆ ในเรื่องพวกนี้คือองระวังมาก เพราะมีผลต่อคุณภาพของภาพที่ปรากฏบนจอ ซึ่งภาพจะถูกขยายใหญ่กว่าเดิมเป็นร้อยๆ เท่า รอยขีดข่วน รอยนิ้วมือ รุนละอองเล็กๆ ก็จะถูกขยายตามภาพบนจอจะสกรปรกไปใหญ่ รอยเหล่านี้ต้องแก้ให้หากเราจะมีครื่องแก้ไขที่ดี รอยนิ้วมือกับรอยขีดข่วนถ้าเกิดขึ้นแล้ว แก้เขายากมาก บางครั้งแก้เขาไม่ได้ เช่น สไลด์จิตรนเขียนด้วยเท้า เราก็ต้องทิ้งศิลปะไปเลย นโยบายอะไรก็ใช้ค่าไม่ออก รอยขีดข่วนก็เช่นเดียวกัน

## 3. ผู้ผลิต (PRODUCER)

เป็นที่ผู้คิด ผู้ทำ ผู้ควบคุม ผู้จัดการ ผู้แก้ไข ผู้รับผิดชอบ การผลิตสื่อที่จัดทำครั้งแรก จนกระทั่งนำเผยแพร่ สืบจากบทบาทและหน้าที่อันมากมายทางผู้ผลิต ซึ่งมักจะเป็นคนๆ เดียว ครอบคลุมให้ภาวะความหิวเครียด ต่อเนื่องมีความกดดันมาก เพราะต้องเผชิญกับปัญหาและเรื่องต่างๆ อยู่ตลอด "สมาธิและความร่วมมือ" เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ผู้ผลิตทำงานในหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### 2.10.3 การนำเสนอ

#### 1. สถานที่ฉาย

- ลักษณะของสถานที่ หรือนอกสถานที่ (INDOOR, OUTDOOR) ถ้าฉาย INDOOR ต้องดูลักษณะห้อง ความกว้างยาว ระยะการติดตั้งอุปกรณ์เครื่องฉายความพร้อมของแหล่งเสียง และแหล่งไฟฟ้า ความร่วมมือของเจ้าหน้าที่ของสถานที่นั้นๆ อันนี้จะอำนวยความสะดวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตะอาก ปัญหาที่พบมักเกิดจากการที่ลักษณะห้องไม่เหมาะสมที่จะฉายสไลด์ เนื่องจากความกว้าง ความยาว หรือรัศมีโพที่ห้อยระย้า เป็นอุปสรรคในการฉายมาก เพราะฉะนั้น สถานที่ฉายต้องเลือกให้เหมาะสมกับสไลด์ที่ฉาย ส่วนการฉาย OUTDOOR เป็นเรื่องค่อนข้างยุ่งยาก เพราะความมาเหตุของสถานที่ ความเป็นธรรมชาติ จึงทำให้ควบคุมได้ยาก เช่น ในการฉายสไลด์ เราต้องฉายในที่มืด ภาพจึงจะสวยและคมชัด ถ้าฉายในสถานที่ที่ เราเปิดต้อง เปิดไฟให้แฉะฉาย OUTDOOR เราไม่สามารถปิดบังดวงจันทร์ดวงดาวให้มีให้เห็น

## 2. การศึกษาก่อนมีการฉายสไลด์

- ต้องได้ระยะเวลาในการฉายที่ต้องการ เช่น ไม่แคบหรือไกลจนเกินไป ถ้าระยะเวลาไม่ได้นั้น เราแก้ไขโดยใช้เลนส์ในขนาดต่างๆ ความความเหมาะสมของระยะเวลาการฉาย
- ที่ตั้งเครื่องฉายต้องแน่นอน ถัดจากคนมารบกวน เพราะต้องศึกษองานที่สูง ซึ่งอาจจะ เป็นอันตรายต่อเครื่องฉายได้ ถ้าบริเวณนั้นมีคนพลุกพล่าน อันจะมีผลต่อการฉาย เพราะจากหาไว้ก่อนไม่ปรากฏตำแหน่งที่ต้องการ

### 2.11 โครงสร้างการฝึกสไลด์มีลักษณะ-วิธีขึ้น

#### 2.11.1 การวางแผนและเตรียมการ (PLANNING)

- ข้อมูล เนื้อหาของเรื่องที่จะทำ
- จุดประสงค์ของเรื่อง
- กลุ่มเป้าหมาย
- ลักษณะการ เสนอ จำนวนจอภาพ จำนวนเครื่อง
- เลือกผู้ควบคุมการฝึก
- เลือกคณะผู้ดำเนินการฝึก
- ใช้งบประมาณการวัสดุและการดำเนินงานทุกขั้นตอน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เขียนโครงเรื่องอย่างคร่าวๆ

## 2.11.2 การทำเป็นการผลิต (PRODUCTION)

### 1. เขียนบท

- สร้างแนวความคิดออกมาเป็นภาพ (CREATE STORY BOARD)
- เติมเต็มกับเนื้อหาเต็มรูปแบบ

### 2. ถ่ายภาพ

- ถ่ายภาพประกอบ
- ถ่ายตัวอักษร หรือแผนภูมิต่างๆ ที่เห็นประกอบ (ตัวไฟ)
- ทำเทคนิคพิเศษต่างๆ
- จัดเตรียมกรอบสีไล่โทนต่างๆ ตามต้องการ
- ล้างฟิล์มที่ถ่ายภาพเสร็จแล้ว
- จัดเตรียมเครื่องฉาย เครื่องควบคุมตามจำนวนที่ต้องการ

### 2.11.3 การบันทึกเสียง

- การบันทึกบรรยาย
- บันทึกเสียงเพลงและเสียงพิเศษอื่นๆ
- นำเสียงบรรยายและเสียงเพลงมารวมกันให้สมบูรณ์
- จับเวลาความยาวของเสียงทั้งหมด
- จับเวลาแต่ละช่วงของเสียงที่ต้องการ ให้ภาพขึ้นตรงกับเสียง (SYNO) ว่ามีความยาวเท่าไร
- นำภาพที่เตรียมจัดเรียงเข้ากับภาพและเสียงที่บันทึก
- บันทึกลงใส่เทปแกรม เพื่อให้ภาพปรากฏบนจอในลักษณะที่เราต้องการ
- นำไฟล์และเสียงที่สมบูรณ์มาจัดหาคอนโทรลพร้อมกัน
- บันทึกลงควบคุมให้กับภาพและเสียง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 2.11.4 การนำเสนอ (PRESENTATION)

- จัดเตรียมเครื่องฉาย เครื่องควบคุม เครื่องเสียง จอภาพ
- ตรวจสอบอุปกรณ์ทุกชิ้นที่ห้องทำงานให้ครบ และพร้อมที่จะดำเนินการ เล่าให้ฟัง
- ตั้งเครื่องมืออุปกรณ์ให้พร้อมที่จะ เสนอ
- ทดสอบฉายภาพและเสียงอีกครั้งหนึ่ง เพื่อตรวจสอบความพร้อม และข้อบกพร่อง
- ตั้งแท่นและสไลด์ที่จุดเริ่มต้น พร้อมที่จะ เสนอ ให้ฟัง

#### 2.12 ประวัติการนำสไลด์ฟิล์ม-วีซีดีมาใช้แทนวีเท็กซ์เท็กซ์

- เริ่มมีการนำระบบ สไลด์ฟิล์ม-วีซีดีมาใช้เมื่อ 20 ปีมาแล้ว
- ปี 1982 บริษัทเบลล์ โดยคุณเทย์มีย์ เสรีกุล นำสไลด์ฟิล์ม-วีซีดีมาเผยแพร่ในประเทศไทย เป็นบริษัทแรก โดยทำเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จึงทำได้ดี ฟิล์ม เป็นลูกค้าผูกขาดกับบริษัทเบลล์ มีการเซ็นสัญญา ถึง 6 ปี
- ปี 1982 - 1984 เริ่มมีการนำสไลด์ฟิล์ม-วีซีดี มาใช้ในงานพิธี เชนส์เคชั่นของเมืองไทย เช่น งานวันคล้ายวัน สอนคำ, ครบรอบ 50 ปี นุรอก

#### 2.13 ระบบกล้องสไลด์ที่ใช้ในขณะนั้น มี 2 ระบบ คือ

- 2.13.1. ระบบ 2 เครื่อง DISSOLVE แนวคิดของระบบนี้คือ ในการเปลี่ยนภาพจะไม่เกิดแสงจ้า โดยเครื่องใช้เวลาในการเปลี่ยนภาพ 1.8 วินาที อีกเครื่องหนึ่งจะช่วยในการเพิกภาพ DISSOLVE ออกและ DISSOLVE เข้า ในอัตราส่วน 1:1 ทำให้การเปลี่ยนภาพไม่กวนคลื่น
- 2.13.2. ระบบจัมป์เซ็ม เป็นระบบ ELECTRONIC & MACHANIC เป็นคำสั่งแบบสัญญาณไฟฟ้า ราคาในการจัดทำสูงมาก
  - บริษัทฟิล์มฟีเคีย เป็นบริษัทแรกที่นำสไลด์ฟิล์ม-วีซีดีมาใช้ในทางธุรกิจอย่างจริงจัง เช่น งานสอนคำ
  - บริษัท สจตุราโอ 10 เป็นคู่แข่งกับฟิล์ม-วีซีดีฟีเคีย เริ่มงานแรก คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

งานเนียร์สิงห์

- ปี 1985 เกิดบริษัทมีราจ และนูโว
- ปี 1986 บริษัทอิกายส์, ออร์จินอลกราฟิค
- ปี 1990 มีบริษัทเกิดขึ้นใหม่อีกมากมาย ซึ่งเป็นการแยกตัวของ  
บริษัทเวอร์ ออกมาทำกันเอง

## 2.14 ระบบโพลีมีเดีย-วิทัศน์ไทย ฝ 6 ระบบ

- 2.14.1. ระบบเกกติก เช่น ระบบจิมเซียม (ปัจจุบันมีนิยามแล้ว)
- 2.14.2. ระบบเตรียมมีเดียเกกติกเป็นตัวแทนจำหน่าย ปรอทกันเข้าสู่ที่เข้าระบบนี้คือ นูโว
- 2.14.3. ระบบ AVL (AUDIO VISUAL LABITORY) เกิดขึ้นอเมริกาผู้มาเข้ามาใช้รวมแรก คือ สหุติโง 10 ปัจจุบันมีบริษัทที่เข้าระบบนี้คือ แปลนกราฟิค และสหุติโง 10 และยังมีบริษัทที่เข้าเครื่องระบบนี้คือ โฟโต้พรี และวีระชัยหลายส์
- 2.14.4. ระบบอิเล็กทรอนิกส์ (BSC) ปรอทกันเข้าสู่ ที่ใช้ระบบนี้ ได้แก่ อิกายส์, สหุติโง
- 2.14.5. ระบบดาตาทอน (DATATON) เป็นระบบโพลีมีเดียที่นำมาใช้ในการผลิตโพลีมีเดีย-วิทัศน์ สามารถปรับระบบได้ทุกระบบ ปัจจุบันมีบริษัทที่เข้าคือ อิกายส์, สหุติโง, เบลส์, อีแอนซ์, อีนิวชัน, มอนเทจ
- 2.14.6. ระบบโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ยกเว้น ระบบจิมเซียม แต่ห้องมี ยาร์ดแวร์ ใดๆเฉพาะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.15 การนำเสนอใส่ใบใช้ในงานต่างๆ

- 2.15.1 งานประชุมพนักงานขาย ซึ่งจะ (เป็นบริษัทขนาดใหญ่) เช่น ซีเวอส์, ซีแอนด์จี, ซีจเคอร์, เนสท์เล่ ลักษณะการจัดงานจะเป็นการประชุมเพื่อแถลงนโยบายประจำปี หรือการประชุมเพื่อแนะนำสินค้าใหม่
- 2.15.2 งานประชุมตัวแทนจำหน่าย เพื่อแถลงนโยบายประจำปี หรือแนะนำสินค้าใหม่ ส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทที่ขายสินค้า เครื่องใช้ไฟฟ้า, รถยนต์, มอเตอร์ไซด์, อุปกรณ์สำนักงาน (เอไอ)
- 2.15.3 งานเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่
- 2.15.4 การติดตั้งสื่อตัวจร เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์องค์กร กิจกรรมจากเวที เชื่อมสัมพันธ์ การสังเกตของงานประเภทนี้จะมีองค์ประกอบใหญ่ๆ ได้แก่
- องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ เช่น ธนาคาร, สถาบันทางการเงิน, บริษัทประกันภัย, ผู้ค้าน้ำมัน บริษัทผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคขนาดใหญ่, ผู้ผลิตเครื่องดื่ม, บริษัทการบินไทย
  - องค์กรรัฐวิสาหกิจที่หลากหลาย เช่น การสื่อสารแห่งประเทศไทย, องค์กรโทรศัพท์, การไฟฟ้าฝ่ายผลิต, การประปานครหลวง, การท่าอากาศยานฯ เป็นต้น
  - หน่วยงานรัฐบาล
- 2.15.5 การอบรมภายนอก เช่น อบรมพนักงานใหม่, แถลงนโยบายใหม่
- 2.15.6 การนำเสนอระดับผู้บริหาร (EXECUTIVE PRESENTATION) เช่น
- การเสนอธนาคาร เพื่อขอเงินของบริษัต่างๆ
  - การเสนอโครงการขนาดใหญ่ของสถาบันศึกษาต่อเจ้าของโครงการ, โครงการสัมปทานของมูลนิธิจากรัฐบาล

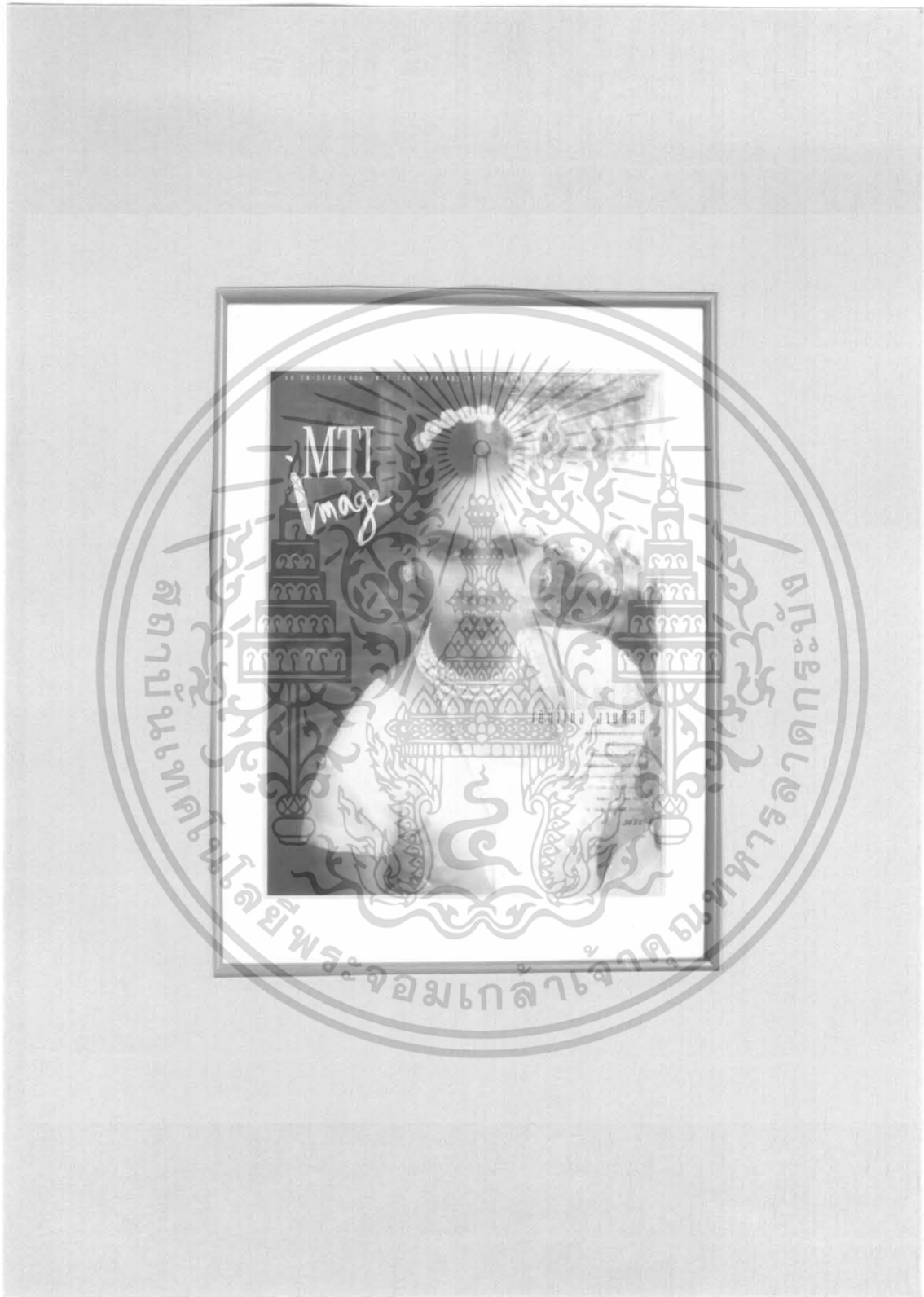
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- การเดินเรือเข้าท่าลาคคนเล็กหรือใหญ่ของบริษัท
- การนำเงินมาชดเชยผู้บริหารระดับท้องถิ่นของผู้บริหารระดับสูง

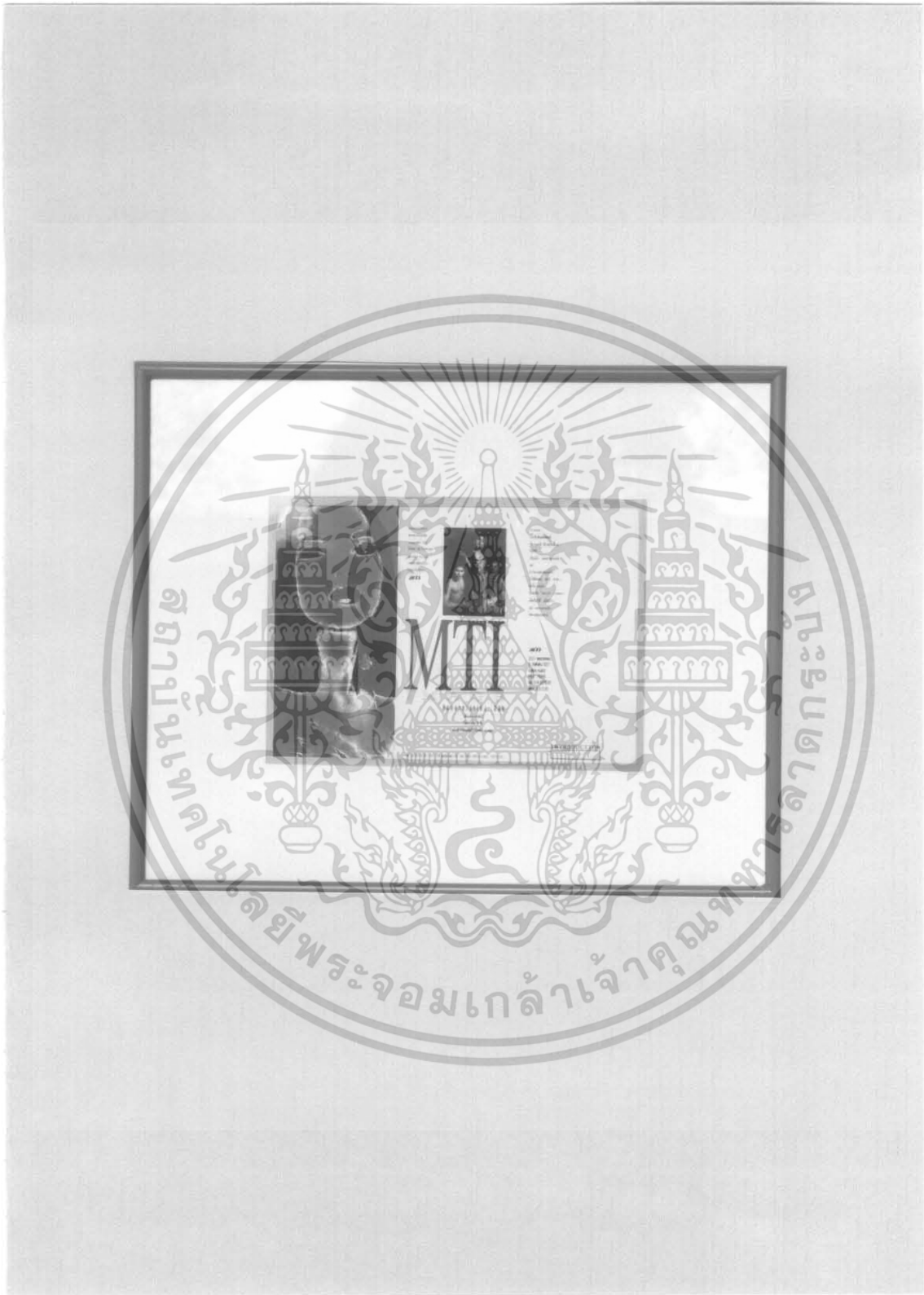
2.15.7 การจัดงานในเรือกาฬหิเศษ เช่น งานครบรอบปี, งานเลี้ยงส่งอาลา,  
งานแต่งงาน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ครั้งที่ 1

## โครงการสร้างสัทธิศรียุคใหม่ เรื่อง "MPI ศิลปะและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

- | ภาพ   | เสียง                                 |
|---|---------------------------------------|
| 1. - ภาพเปิด                                  |                                       |
| - ภาพกราฟฟิคที่แบ่งรูปภาพลงบนจอ               | - คนตรี : อวภาค                       |
| ปรากฏเป็นสี่เหลี่ยมต่างๆ ขึ้นมา               | SFX : เสียงที่แบ่ง                    |
| - ภาพแถบสีเส้นคล้าย เบสิคเป็น                 | - คนตรี : คลาสสิค                     |
| รูปกรวยภาพ (รูปกัน, หลอยคี่,                  |                                       |
| สามเหลี่ยม และเหลี่ยมภาพ เป็นต้น)             |                                       |
| - ภาพผลงานของจิตรกรคิงชา เช่น                 | - "จิตรกรราช ภูกันและสี แสดงคุณค่าของ |
| งานศิลปะ ภูมิทัศน์ และศิลปะ ค่อยๆ             | งานศิลปะ บนพื้นสีขาว แต่เราผู้ใช้     |
| ปรากฏขึ้นบนภาพรวมภาพ                          | ภูกัน และสี เพื่อสร้างสรรค์งานศิลปะบน |
| - ภาพเพิ่มภาพคล้ายคล้าย ภาพฉาย                | เรือนร่างของมนุษย์                    |
| บนเบสิคเป็นวงกลมภาพใหญ่ ที่ล้อมรอบ            |                                       |
| บนสี่เหลี่ยมคล้ายเส้นภาพ ( รูปกัน แบ่ง ศิลป์) |                                       |
| เป็นกัน                                       |                                       |
| 2. - ภาพสะท้อนในกระจก เป็นภาพฟ้าสีอ่อน        | - คนตรี : หวานๆ เบาๆ                  |
| บางเบา ค่อยๆ มีร่างคน                         | SFX : เสียงหยดน้ำ ลมพัดเบา            |
| ปรากฏอยู่ด้านหนึ่ง ทัศนียภาพสวยงาม            | มาไกล                                 |
| - ภาพหญิงสาวที่แต่งหน้าดูเป็นธรรมชาติ         |                                       |
| ปรากฏขึ้นมา (ภาพคล้าย ZOOM ออกมา              |                                       |
| จากกระจกเงาที่มีจอภาพ)                        |                                       |
| - ภาพการแต่งหน้าแบบธรรมชาติ                   | - คนตรี : ย่อนหวาน งานนิเวศ           |
| คล้าย เบสิคเป็นภาพเจ้าสาวที่ล้อมรอบ           |                                       |
| บนหัวปกเกล้า                                  |                                       |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ภาพ

## เสียง

- ภาพ จักรวรรดิสยาม เดิมถอง เป็นภาพ  
สี ที่ฉีกในกระดาษ
  - ภาพเงา รูปข้างของสาวน้อยในชุด  
ตาถอง เห็นจากข้างบนขวา ส้อมหัวภาพ  
หน้า แสดงการแต่งหน้าแฟชั่น ที่ใส่เงินฉากขึ้น  
ช้อนภาพเงาของภาพ เร็นแฟชั่น  
- คนตรี : สนุกสนาน  
SFX : เสียงหัวเราะเบาๆ
  - ละครเวทีหลังเป็นสินค้า มีชื่อตัว "ในปารีส"  
(CHANEL YVES SAINT LAURENT (ชิ้นผ้า)  
ซึ่งเป็นภาพของวงใต้ (นาฬิกา, ผ้าพันคอ)  
เบ็เรียนท์ ที่หลังเป็นเบ็เรียนท์ที่แต่งด้วยเทคนิค  
การแต่งหน้า ON STAGE แต่ง แต่ง  
- คนตรี : พันสมัย, พื่อหา  
SFX : เสียงพูดคุยภาษาอังกฤษ,  
ตึ้งเต
  - ศิลปินภาพงานบนผนังของไทย  
- SFX : เสียงฉิ่งฉาบเคาะรัวค้อง เสียง  
เพลงไทย "ข้าวเหนียว  
หวานน้อย หมูนับร้อย "
3. - ภาพสี
- ภาพบรรยากาภาพที่คล้าย สีมืดสีเทาให้เห็น  
- คนตรี : ตีกลอง ว่างแว  
ร่างคน 3 คน อยู่ท่ามกลางหมอกควัน ขึ้น  
SFX : เสียง ฉิ่ง ฉาบ ว่าง เสียง  
หลังจะ เบ็เรียนท์ เป็นสีฟ้า ฟ้า เขียว เขียว "เห็นเข้า  
คลื่นระลอกภาพ ที่แต่งคนจะมีแบบขาว  
แต่งหน้า เป็นสีเข้ม แบบสีจะมีแบบเงาของคน  
คลื่นระลอกภาพ 3 คน เรียงกัน (คล้าย ZOOM  
ขึ้นมา) สีทั้ง 2 ซ้ำๆ ปกติคือฟ้าเขียว  
- ภาพแต่ละคนคล้ายเบ็เรียนท์ตัวเองออกมา  
(ใช้เทคนิคการแต่งหน้าแฟชั่น) ซึ่งจะหาใช้ให้  
หลัง เป็นการแต่งหน้าของแต่ละคน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## ภาพ

## เสียง

- ภาพของสถาบัน MTI
- Inter National Laboratory  
และคุณกาญจนา มหาภาณี ผู้ทำงานเกี่ยวกับเครื่องสำอางค์
- คู่มือเปอร์ : คุณพรพรรณ แสงอาทิตย์  
คุณกาญจนา มหาภาณี
  - เปลี่ยนภาพสะท้อนในกระจก เป็นภาพ  
ประธานกรรมการกลุ่ม บริษัทสหพัฒนา  
วิบูลย์ จำกัด
  - คู่มือเปอร์ : ดร. เปี่ยม วัฒนวัฒนา
  - เปลี่ยนภาพสะท้อนในกระจก เป็นภาพเหตุการณ์ที่  
คุณพรพรรณ และคุณกาญจนา ขณะกำลังศึกษาอยู่ที่  
JOBASSCO สหรัฐอเมริกา
  - คนตรี : ยอลส์วู้ค
  - "ให้เส้นทางเข้ารับการอบรมเทคนิคการแต่ง  
หน้าที่ Jobassco Make up Center ซึ่ง  
เป็นสถาบันสอนการแต่งหน้าระดับวิชาชีพที่  
ยอลส์วู้ค ทั้ง 2 ได้รับความรู้และประสบการณ์"
6. - หักภาพกระจกและอุปกรณ์แต่งหน้า  
บริการอบรม และ เครื่องใช้ในสำนักงาน  
ซึ่งในการอบรม ขึ้นภาพคุณพรพรรณ ซึ่งเป็น  
ผู้อำนวยการคนปัจจุบัน
- "และให้เส้นทางกลับมาก่อตั้งสถาบันเทคนิค  
การแต่งหน้า MTI ขึ้น
- เปลี่ยนภาพสะท้อน เป็นภาพสถาบัน MTI  
(ที่เดิม)
- เปลี่ยนเป็นภาพสถาบัน MTI (ที่ใหม่)  
ซึ่งสะท้อนผลงานการอบรม
- "ปัจจุบันสถาบันเทคนิคการแต่งหน้าได้ย้าย  
ที่กิ่งเดิม ภูเขาโถมาทั้งอยู่ที่ 33/1  
ถ.รามคำแหง ซ.รามคำแหง 83/1  
หัวหมาก บางกะปิ กทม. 10240
- คู่มือเปอร์ : บริษัทสถาบันเทคนิคการ  
แต่งหน้าจำกัด 33/1 ถ.รามคำแหง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ภาพ

## เสียง

ช.รามคำแหง 83/1 หัวหมาก

บางกะปิ กทม. 10240

- เปลี่ยนภาพในกรอบเป็นภาพ รสชาติ "MTI" ข้อภาพบรรยายภาคภายในห้องเรียน และห้องปฏิบัติการระหว่างที่มีการเรียนการสอนในสัปดาห์นี้
  - ZOOM ภาพที่เลือก ถือเป็นพื้นหลังให้กับภาพ ช่างกำลังแต่งหน้าแบบ
  - ภาพกราฟฟิค ประกอบคำอธิบายหลักสูตรการเรียน 1 - 3
  - แบ่งหน้าจอกออกเป็น 3 ส่วน เพื่อบรรจุภาพแสดงการแต่งหน้าประกอบละคร และภาพยนตร์ ที่ได้รับการแพร่ภาพไปแล้ว
  - ทุบเบอร์ดี้ : (ชื่อละคร, ภาพยนตร์)
  - ข้อความการแต่งหน้า เทคนิคพิเศษลงในส่วนที่แบ่งเอาไว้ 3 ส่วน นั้น (ขนาดจอบนมือ หน้าจอ แบ่งหลัง ใบหน้า)
  - ภาพฟีด
7. - ภาพรางวัลต่างๆ รวมทั้งเบอร์ดี้ภาคเกียรติคุณ หรือคอเก๊าไฟ
- เปลี่ยนภาพรางวัลที่อยู่ ZOOM รางวัลนั้นขึ้นมาอยู่หน้าจอ 2 หน้า เพื่อเว้นที่ว่างตรงกลางเอาไว้ใส่ภาพผู้ชม

- "หลักสูตรของสถาบันเทคนิคการแต่งหน้า MTI ประกอบด้วย การเรียนทฤษฎี การแต่งหน้าเป็นการริเริ่มวิธีการใหม่ มาใช้ในการสอนและการบริการการแต่งหน้า

- คนตรี : พันสมัย

- "ทั้งในการแสดงละครเวที ละครโทรทัศน์ และภาพยนตร์"

- "รวมทั้งการเรียน การแต่งหน้า เทคนิคพิเศษที่ถือว่าเป็นสุดยอดของการแต่งหน้า"

- "ความสำเร็จของการทำงานของสถาบันเทคนิคการแต่งหน้า MTI นั้น หมายถึงการได้รับรางวัลการแต่งหน้ายอดเยี่ยม หลายรางวัลหลายปีซ้อน"

- SFX : เสียงกบมือ

เสียงพลุแตกบนท้องฟ้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ภาพ

## เสียง

- เปลี่ยนภาพเป็น หลุยส์ล้ากว่า บนท้องฟ้า และ เปลี่ยน เป็นภาพทศกัณฐ์ ซึ่งยังมีรูปในสื่อกลางภาพ
- ZOOM ภาพทศกัณฐ์ออกมาจนเต็มจอภาพ เจาะ ช่องตรงกลาง เพื่อแสดง เครื่องสำอาง ในตู้ทศกัณฐ์ ( แสดงทีละชุด )
- เปลี่ยนภาพในมือ เป็นภาพทศกัณฐ์ และ แสดงลักษณะ และ สีผิวของคนไทย
- ภาพสื่อ
- ภาพเงาของมือบนตู้ทศกัณฐ์ แล้ว ไร บิดกลิ้งแล้ว ออกมา ลอยกายในท่า ล้ากว่า มีพื้นหลัง เป็นภาพใบหน้า ที่ แต่งด้วย เครื่องสำอาง ชุดนี้ คัดสลับภาพนำมา ให้เห็น เป็นหน้าตู้ทศกัณฐ์
- ภาพกราฟิก เครื่องสำอาง ชุด Sign Collection
- ชูบเปอร์ : Sign Collection
- ภาพเงาของหญิงสาวกำลังใช้ เครื่องสำอาง ซึ่ง มีพื้นหลัง เป็นภาพหน้า ที่ แต่งแบบสวย งดงาม และ แสงสว่าง ผ่าน และ เปลี่ยน เป็น กระจก และ แสงสว่าง เป็น เครื่องสำอาง แทน
- ชูบเปอร์ : active white
- ภาพเงาของชายหนุ่ม นึก ล้ามาก ซึ่ง กำลัง แบ่ง ล้ามาก ไร เป็น กระจก ชัยชนะ ด้วย ภาพ ทศกัณฐ์ ไร แบ่ง และ ไร บิดกลิ้ง ใน พื้น ตู้ ทศกัณฐ์
- "นอกจากนี้สถาบันเทคนิคการช่างหน้า MTI ยังได้ศึกษาค้นคว้า ทดลองผลิต เครื่องสำอาง
- "ที่เหมาะสมกับสภาพผิวของคนไทยอย่างแท้จริง เพื่อประกอบอาคาร เรือนการสอนให้ สมบูรณ์ยิ่งขึ้น"
- คนตรี : พันสมัย สุนทรนาม เก็นรา "Sign Collection 1 ในผลิต ภัณฑ์ของเราจะช่วยเสริมสร้างให้คุณสวย เป็นธรรมชาติ"
- คนตรี : สุนทรนาม "active white ผลิตภัณฑ์ที่จะบำรุงผิวคุณ ให้สวยงาม และ ย้อนวัยตลอดกาล"
- คนตรี : เครื่องขมิบ "designation ผลิตภัณฑ์ที่ช่วยนำเอาเครื่อง เครื่องมณฑลแห่งของคุณ"

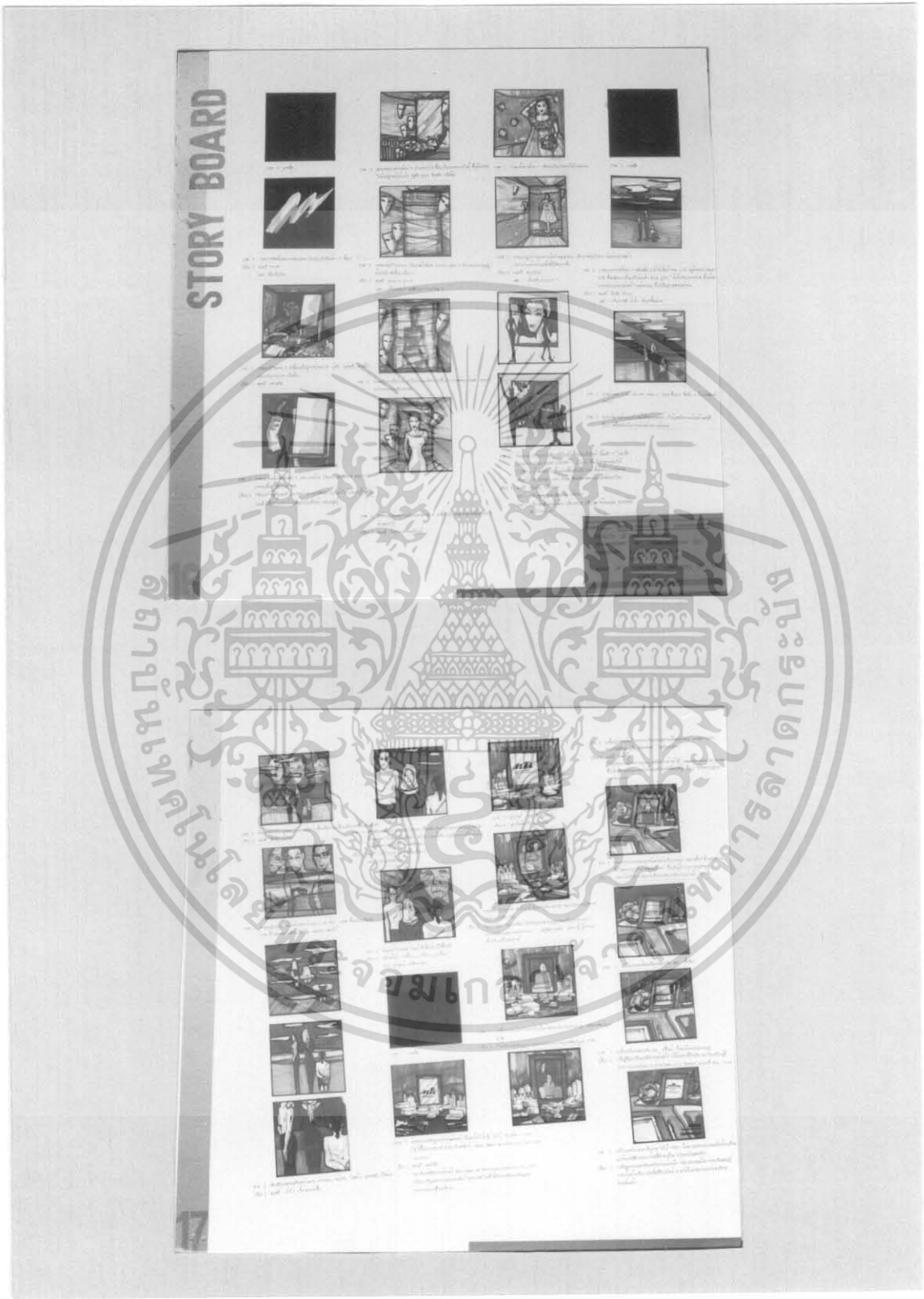
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ภาพ

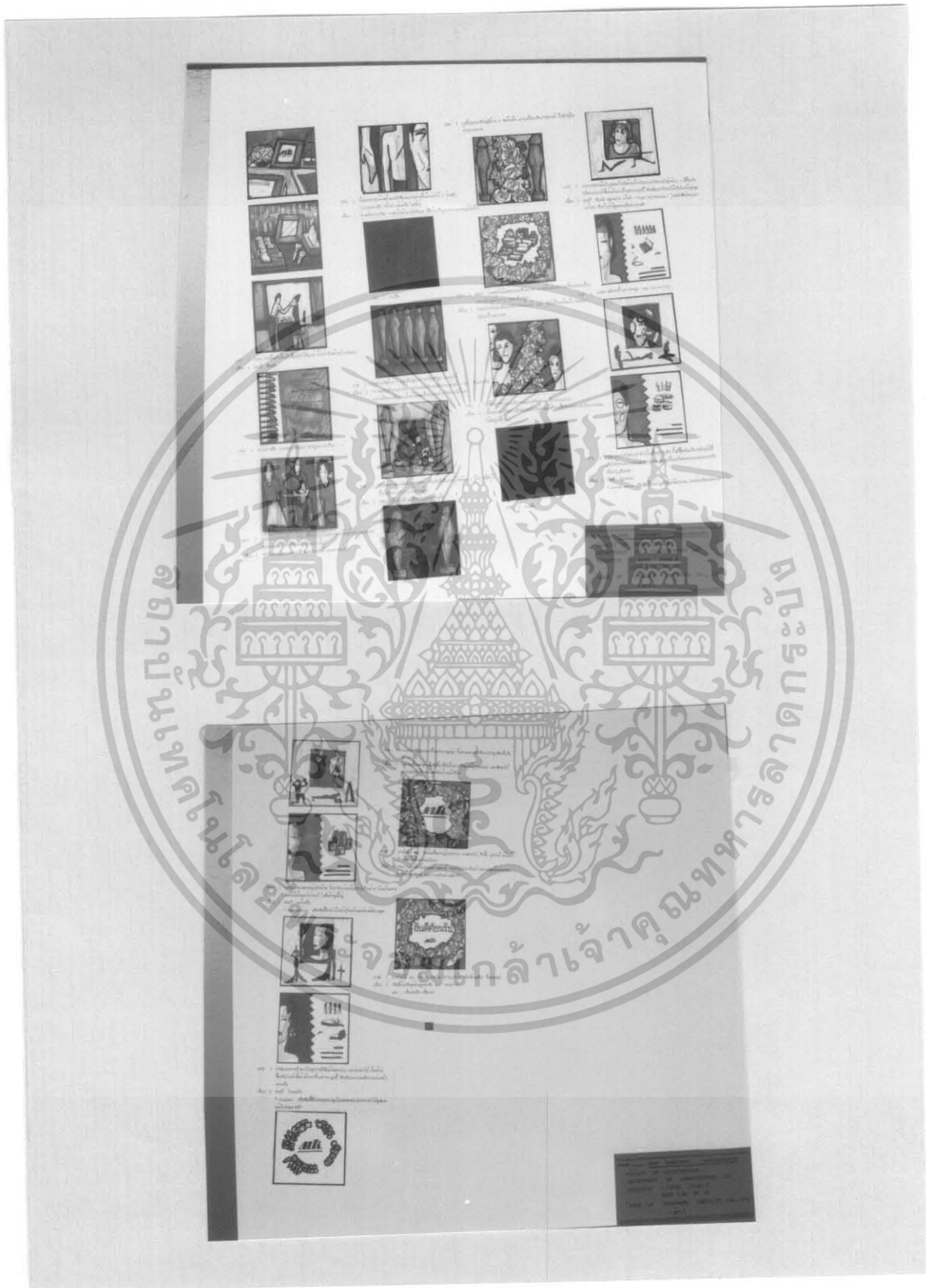
## เสียง

- ซุปเปอร์ : designation
- ภาพเงาของหญิงสาวในชุดราตรีกันแก้ว  
แชมเปญ และช็อคโกแลตี่ ซ้อนด้วยเงินหลัง  
ใบหน้าให้แสงด้วยเครื่องสำอางชุดนี้ที่กลิ้ง  
แสงทะเลใต้การแสงไฟกลางคืน
- ซุปเปอร์ : original
- ภาพกราฟิกแสดงเครื่องสำอางทุกชุด ซึ่ง  
จะแสดงการจิ้งจอกในรูปแบบคดเคี้ยวเป็นรูป  
ภาพเงาให้ MTI จะซ้อนเข้ามาอยู่ตรงกลาง  
ภาพช็อค ไลท์ ระเบิดก็จะค่อยซ้อนขึ้นมาจนเต็มจอ
- ภาพเงาให้ MTI ค่อยๆ หายไป ปรากฏคำว่า  
"อินส์ที่อินรับ" ขึ้นมาแทน
- คนตรี : ภิรมณิก  
"original ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของมุก  
ในขนาดพอเหมาะจะทำให้คุณสวยเด่นใน  
ยามราตรี"
- "จากเครื่องสำอางที่ผลิตขึ้นเพื่อใช้ในการ  
ศึกษาได้ถูกออกแบบ และพัฒนาให้สวยงาม  
จนได้รับการยอมรับอย่างแท้จริง"
- "MTI สถาบันที่ช่วยคุณสร้างสรรค์งานศิลปะ  
บนเรือนร่างของคุณและจะ ฝากคุณมุ่งสู่จุด  
มุ่งหมาย และความฝันอย่างมั่นใจ"
- "ยินดีต้อนรับทุกท่านสู่สถาบัน MTI ของเรา"
- SFX : เสียงคนมือ เสียงซาบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ครั้งที่ 2

โครงร่างสคริปต์ เรื่อง "MRI จินตนาแห่งสีสัน"

ภาพ	เสียง
- ภาพสี	- ดนตรี ในตัวช่วงภาพ
- มีจุดแสงสว่างปรากฏขึ้นบนจอภาพค่อยๆ ขยับกว้างกว้างขึ้นเรื่อยๆ	
- ปรากฏเป็นภาพ "ในหัวช่วงภาพ" มีกลุ่มดาวเคราะห์ โคจรอยู่เต็มท้องฟ้า จะดับ จะดับ ขึ้นมาช่วงแสงสว่างใน	
- ภาพ ดาวเคราะห์โคจรๆ ค่อยๆ ขยับๆ ขึ้นเรื่อยๆ จนเริ่มจางภาพจะหายไปเห็นดาวเคราะห์โลก ปรากฏขึ้น	- โลก..... ซึ่งเป็นจุดรวมแห่งธรรมชาติ และความงามตามจินตภาพ ทั้งประจักษ์ SFX : เสียงธรรมชาติ
- ภาพดาวเคราะห์โลกค่อยๆ ขยับจนเป็น เป็นดาวสว่าง	- มนุษย์..... เป็น 1 แห่งความงาม ที่โลกก่อให้เกิดขึ้นมาบนพื้นผิวที่
- ภาพ พื้นผิวโลกค่อยๆ จางหายไปเปลี่ยน เป็นธรรมชาติที่สวยงาม (ป่าไม้, ภูเขา, ท้องฟ้า, ทะเล)	
- ภาพ ธรรมชาติ ที่สวยงามค่อยๆ จางหายไป ปรากฏเป็นภาพคนหน้าแสดง ลักษณะที่แปลกต่างกับของคนไทย ซึ่งซ่อน จากหลังค้ำยลักษณะ ภูมิประเทศ ศาสนาแผนดิน	- แต่... ความงามหาซึ่งมนุษย์ทุกคนจะมีพร้อมเสมอ... ความสวยงามบนใบหน้ามนุษย์ส่วนหลากหลาย แล้วแต่ธรรมชาติจะเป็นผู้ให้ หรือสรรสร้าง ความงามนั้นแก่ใคร"
- ภาพ ค่อยๆ เปลี่ยนจากภาพแสดงความแปลกต่าง ทางใบหน้าของคนไทย เป็นใบหน้า	- "มนุษย์จึงได้พยายามคิดค้น วิธี การสร้างสรรค์ ความงามที่อยู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพ

เสียง

ที่ถูกต้องแต่มีสีสัน ช่วยให้สวยงามในหลายมิติลักษณะเด่น

เหนือกฎเกณฑ์ทางธรรมชาติ เพื่อเสริมสร้าง ทดแทนสิ่งที่ขาดหายไป และในที่สุดมนุษย์ก็ประสบความสำเร็จในการสร้างสรรค์

-- ความงามมาจากรูปภาพ... สามารถสร้างอารมณ์ความรู้สึกแก่ผู้พบเห็น ความความถือการแต่งคน และยิ่งไปกว่านั้น ยังให้บทบาทของงานสร้างสรรค์ จินตนาการแห่งโลกมายา

- ภาพสี่เหลี่ยม ปล่อยวาง ชัดเจนภาพ  
ทระสวย ล้นเต็ม ว่างว่างยามค่ำคืน
- ภาพร่างคน 3 คน อยู่ท่ามกลางทะเลทรายอันไร้ขีด
- ภาพร่างคน 3 คน ปล่อยวาง ขยายขึ้นจนสามารถมองเห็นได้ชัดเจน
- ภาพใบหน้าของพ่อและคน ในท่าทางที่ห่างกัน ซึ่งแสดงความสงบนิ่งกลมกลืนเป็นธรรมชาติ (คน และทราย)
- ภาพห้องฟ้าตามยามเช้าปล่อยวาง ชัดเจนในภาพ  
ใบหน้าของพ่อและคนเบลอในเบื้องความสับสน มีสีฟ้า สีขาวมากขึ้น กลมกลืนกับธรรมชาติ (ความสับสน)
- ภาพห้องฟ้า ปล่อยวาง งามหาแบบปรากฏ เป็นภาพที่งดงามให้สวยงาม บรรยายภาพที่สละสลวย ภาพใบหน้าของทุกคนเบลอแบบแสดงถึงความสุข

- คนตรี : ทะเลทราย ว่างว่าง
- คนตรี : ต้นกวนอิม ออบุณ
- คนตรี : การแต่งงาน ความสุข
- GFX : เสียงหัวเราะเบา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพ	เสียง
- ภาพทุ่งดอกไม้สีส้มยาว กระจายไปปรากฏ เป็นภาพห้องฟ้าสีสดใส มี เบรนาทั้ง 3 คน แสดงความทึ่งในทิวทัศน์ เข้ากับบรรยากาศ	
- ภาพแสดงการแข่งหน้า ที่สวยงาม เบรนา เปลี่ยนไป เครื่องจักร ปรากฏ มากขึ้น	- คนตรี : พื้นถิ่น เรายัง
- ภาพเด็กเดิน แสดงส่วนต่างๆ ของร่างกาย เข้าปรากฏบนแผ่น รอยลึก (แขน หน้าอก แขนหลัง)	- คนตรี : เรายังมากขึ้น SFX : เสียงฟ้าผ่า "เบรนา" สมบัติกรรมกรแรง
- ภาพแสดงเบรนา แสดงคนสวยงาม ที่ช่วยเป็น	- คนตรี : เบรนา
- กลายเป็นคนแก่ หุ่นบรรยากาศสดใสเพื่อ	SFX : เสียงคนเข้าเม็ด เสียงลมพัดเบา
- ภาพสวยงาม มีคน ลงเป็นภาพดี	- คนตรี : เบรนาสวยงาม เยี่ยม
- ภาพดี	
- ภาพบรรยากาศคนดีของยุค บนฟ้าหนึ่งสี ที่เต็ม เบรนาของหนึ่งสี แต่หนึ่งสีหนึ่งสีหนึ่งสี หนึ่งสีออก เป็นให้เห็นกันใน	- "ส่วนหนึ่งของความสำเร็จนี้เกิดจาก ความสามารรถที่เข้าใจในกฎเกณฑ์ความงามแห่งธรรมชาติ..."
- ภาพ จอภาพ MPI ขึ้นมา ซ้อนภาพสถาบัน (ที่เก่า) SUPER : บริษัท สถาบันเทคนิคการแข่งหน้า MPI จำกัด (ที่เก่า)	- "สถาบันเทคนิคการแข่งหน้าชั้นสูง ผู้ สรรสร้างความงามในทุกแบบทั้ง ในโลกแห่งความจริง และโลกแห่ง มายา"
- เบรนาภาพ สถาบันเก่า เป็นภาพสถาบันใหม่ SUPER : บริษัท สถาบันเทคนิคการแข่งหน้า MPI จำกัด (ที่ใหม่)	- "เรา MPI ผู้ยึดมั่นในเจตนารมณ์ที่ว่า... คนไทยเท่านั้น ที่สามารถเข้าใจถึงสภาพ ผิวและ เสกสรรความงามของคนไทย อย่างแท้จริง... เราให้ความสำคัญอย่าง แรงกล้าที่จะก่อตั้งสถาบันเทคนิค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ภาพ

## เสียง

การแข่งหน้า MTI ขึ้นนามพระเทพไทย . .  
"ในปีพุทธศักราช 2525"

- SUPER : พุทธศักราช 2525
- ภาพสถาปน ปล่อย ผลิตแบบอยู่ในหน้าหนังสือ  
เหมือนเดิม
- ภาพหน้าหนังสือเปลี่ยนเป็นภาพ "ดร.เทียม โชควัฒนา"  
SUPER ดร.เทียม โชควัฒนา
- ภาพหน้าหนังสือเปลี่ยนเป็นภาพ  
คุณพรณอร แสงอาทิตย์ และคุณ  
ภาวณนา มหาวาสู  
SUPER : คุณพรณอร แสงอาทิตย์  
คุณภาวณนา มหาวาสู
- ภาพหน้าหนังสือ เปลี่ยนเป็นภาพและที่  
ตั้ง 2 ฟัน กำลังศึกษาอยู่ที่สหรัฐอเมริกา  
SUPER : JOBASSCO MAKE UP CENTER
- เปลี่ยนเป็นภาพ เลนส์ MTI ขึ้นมา  
"จากจุดนี้ สถาปน MTI จึงก่อเกิด  
ขึ้น ด้วยความแข็งแกร่ง พร้อมที่จะ  
พัฒนาบุคลากรของไทย ในด้าน  
การแข่งหน้า เพื่อรองรับความ  
ต้องการของประเทศ"
- ภาพเลนส์ MTI ปล่อย จางหายไป  
ซ้อนภาพ ช่างแข่งหน้า กำลังลงเวที  
แข่งเรือแข่ง (ร้องกิน, อายฮาวัก)  
- ภาพกราฟฟิค ดวงตา หัว ริมฝีปาก  
แถม ใต้วงแก้มสีแล้ว
- "ได้ส่งผู้เชี่ยวชาญทางด้านการคิดค้นและวิจัย  
เครื่องสำอางเบสิคเกี่ยวกับ  
การแข่งหน้าขึ้นสูงยิ่งประเทศ  
สหรัฐอเมริกา"
- "ด้วยแนวความคิดที่ว่า... เราจะทำ  
ให้คุณสวย... ด้วยฝีมือของคนไทย"

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพ	เสียง
- ภาพใบหน้า นางแบบที่ถือถังล้าง ประเทศไทย ภาพถังที่ล้างถังล้าง	- SFX : เสียงก๊อก ชักเคอร์กล้างถ้วยรูป - "ช่วยความสามารถ และความตั้งใจจริง ในการทำงาน ความสำเร็จของเรา MTI จึงเป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง ในกลุ่ม ชนทุกอาชีพ ทั้งในและนอกประเทศ
- ภาพวิทยุภายในมหาวิทยาลัย ประเทศไทย วิทยุหวานเสียง, ส่งคราม และงานที่ สยสองขวัญ ที่รวบรวมอยู่ งานเพลง ดนตรีลูกทุ่งของสถาบัน	- SFX : เสียงวิทยุภายในมหาวิทยาลัย เสียงปิ่น ปัง ปัง ปัง เสียงหัวเราะที่มีความสุข เสียงที่ปากฉ่ำน้ำสยสอง
- ภาพฟีด	
- ภาพบนหน้าหนังสือเบสิคเป็นคำบรรยาย หลักสูตรการ เรียนนวดสถาบัน SUPER : พักผ่อน การเรียน	- "ทั้งหมดนี้เกิดจากบุคลากรที่เปี่ยมด้วย ความสามารถจากเรา MTI ซึ่งสำเร็จได้ ด้วยดี ในหลักสูตรการนวดของสถาบันที่ เน้นหนัก คือ ความเข้าใจในสภาพผิวและ สภาพภูมิอากาศในประเทศไทย"
- ภาพบนหน้าหนังสือ นางแบบกำลังสาธิต การนวดตัว ที่บุรีรัมย์	- "เริ่มต้นจากการดูแลรักษาผิวพรรณ
- ภาพบนหน้าหนังสือเบสิคเบบ เป็นนวดหน้า ที่เริ่มมีการแต่งแต้มสีหน้า	- "การแต่งหน้า เบสิคขั้น"
- ภาพบนหน้า เริ่มมีสีสรรวมมากขึ้นแล้วจับ	- "การแต่งหน้า เทคนิคสวยงาม"
- ภาพบนหน้าที่มีสีสรรวมมากขึ้น จนเข้มจัด	- "การแต่งหน้า เพื่อใช้ในการถ่ายทำ ภาพยนตร์ ซีรีส์ และถ่ายทำโฆษณา รวมทั้งการแต่งหน้า เพื่อใช้ในการ เต้น แฟชั่น"
- ภาพบนหน้าที่ถูกแต่งแต้มจนเข้มจัด ต่อมา	- "การแต่งหน้า แฟชั่น รวมถึงการแต่งหน้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ภาพ

## เสียง

- เปลี่ยนเป็นภาพเขตน้ พื้น มีปากแผล
- านเทคนิคพิเศษ ซึ่งเป็นศิลปการแต่งหน้า  
ชั้นสูง และเรา MPI เป็นแห่งแรกและแห่ง  
เดียวในประเทศไทยที่ทำการสอนการแต่ง  
หน้าในเทคนิคนี้"
- ภาพปก
  - ภาพแสดงเครื่องสำอางทุกชุดของทางสถาบัน
  - ภาพแต่งเครื่องสำอางในชุด SIGN COLLECTION ซึ่งจัดวางอย่างสวยงาม พร้อมกับภาพแสดงหน้าหน้าที่แต่งด้วยเครื่องสำอางชุดนี้
  - ภาพชุดเครื่องสำอาง SIGN COLLECTION ส้อยยาว จางหายไป ซ้อนภาพเครื่องสำอางชุด ACTIVE WHITE ขึ้นมาแทน
  - ภาพชุดเครื่องสำอางในชุด ACTIVE WHITE ส้อยยาว จางหายไปเปลี่ยนเป็นชุด DESIGNATION ขึ้นมาแทน
  - ภาพชุดเครื่องสำอาง DESIGNATION จางหายไป เปลี่ยนเป็นเครื่องสำอางชุด ORIGINAL ขึ้นมาแทน
  - ภาพปก
  - ภาพชุดแต่งหน้าห้องพี่
- คนกวี : สมนุสนาน
  - "เรา MPI ใจจะพุกคิ่งเพียงแค่นี้ แต่เรา ยังได้ศึกษา วิเคราะห์ วิจัย เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสภาพผิวของคนไทย มากยิ่งขึ้น
  - "SIGN COLLECTION ผลิตภัณฑ์ที่จะทำให้คุณสวยอย่างเป็นธรรมชาติ"
  - "ACTIVE WHITE ผลิตภัณฑ์ที่จะทำให้คุณมีผิวพรรณที่สว่างงามและอ่อนวัย"
  - "DESIGNATION ผลิตภัณฑ์ที่จะทำให้ใครบางคนต้องหลงใหลในเสน่ห์ เขียวาวใจของคุณ"
  - " ORIGINAL ผลิตภัณฑ์ที่เราบรรจงเติมลูกาในปริมาณพอเหมาะ ำให้คุณดูสวย เช่น สะดุดตา'นยามฟ้าคืน"
  - SEX : เสียงถึงพลุ

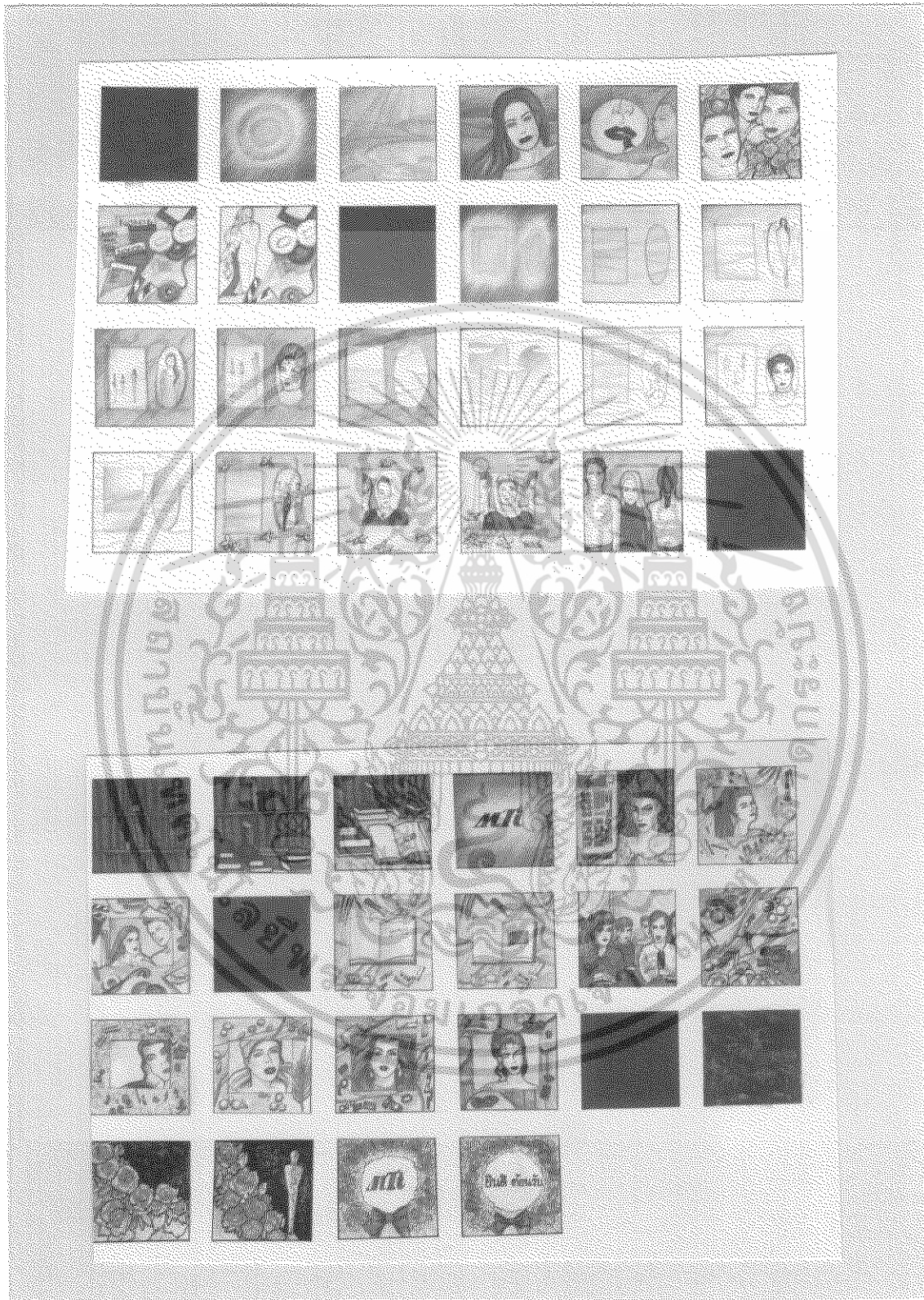
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ภาพ

## เสียง

- : หุญแจ
- ภาพหุญแจยาว รางหายไปกลายเป็นภาพ  
ดอกบัวสีในกาแทน
  - ภาพดอกบัวในกาหายไปกลายเป็นภาพ  
ภาพรางวัลต่างๆ ขึ้นมาแทน
  - ภาพรางวัลหายไป กลายเป็นภาพดอกไม้  
ขึ้นมาแทน แต่ส่วนรางวัลต่างๆหายไป หุญแจ  
กลายเป็นหุญแจที่มีใบมีด และให้ MTI  
สีทองทรงกลม
  - ภาพให้ MTI หายไปเปลี่ยนเป็นคำว่า  
"ยินดีต้อนรับ"
  - "จากจุดเริ่มเล็กๆ ในเวลานั้นในปัจจุบัน  
เรา MTI เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง  
ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เป็นที่  
ยอมรับของชนทุกชั้น ทุกสาขา
  - "และความสำเร็จของเรายิ่งผลทำให้เรา  
MTI ได้รับรางวัลแห่งความสำเร็จมาก  
มาย หลายรางวัล... เพราะเราตระหนัก  
ดีกว่า ภาระกิจแห่งการสร้างสรรค์  
บุคคลากร ที่เปลี่ยนแปลงด้วยความ  
สามารถนั้น... ยิ่งคงท้าทายเราอยู่  
เสมอ และเราพร้อมที่จะสานต่อเจตนาร  
มณ์ของเราให้สำเร็จ เพื่อแสดงความ  
สามารถของชาวไทย ให้ปรากฏต่อ  
สายตา และความภาคภูมิใจในของคน  
ไทยทุกคน"
  - "และ ณ ปีนี้ เรา MTI ขอมอบความ  
ภาคภูมิใจในที่สุด และขอกล่าวคำว่า ยินดี  
ต้อนรับทุกท่านเข้าสู่ สถาบัน MTI  
ของเรา"
- SFX : เสียง คบมือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

### วิจารณ์ผลการออกแบบ ข้อสรุป ข้อเสนอแนะ

#### ประเมินผลการออกแบบ (DISCUSSION)

##### 1. ประเมินผลการออกแบบเว็บไซต์

###### ข้อดี

- เป็นรูปแบบและความเป็นภาพของสถาบันฯ มากยิ่งขึ้น
- แสดงเทคโนโลยีการนำเทคโนโลยีของสถาบันฯ
- สร้างภาพพจน์ ความเชื่อมั่นสถาบัน เทคโนโลยีการนำเสนอทันสมัย
- ข้อความบรรยายภาพ ชัดเจน กระชับรัดกุม
- ตัวหนังสืออ่านง่าย
- สีพื้นหลังสะอาดตา มีความเป็นเอกลักษณ์ของสถาบันฯ

###### ข้อเสีย

- ตัวหนังสือ MTI ควรใช้เป็นตัวอักษร MTI แทน

##### 2. ประเมินผลการออกแบบเว็บไซต์

###### ข้อดี

- การนำภาพตัวหนังสือ แบ่งหมวดหมู่ชัดเจน อ่านง่าย สะอาดตา
- สีพื้นหลังสามารถแบ่งหมวดหมู่ได้ชัดเจน
- ตัวหนังสืออ่านง่าย กระชับรัดกุม
- มีความเป็นเอกลักษณ์

###### ข้อเสีย

- ภาพในหน้าคำนำหน้าปก แบ่งเฟสสีมากเกินไป ควรใช้ เป็นเทคโนโลยีภาพถ่าย
- ตัวหนังสือคำนำหน้าปกสีกับตัวภาพ อ่านลำบาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3. สไลด์ประกอบเรื่อง

#### ข้อสี่

- เปรียบเรื่องราวที่เล่ากับ ขึ้นตอนได้อย่างชัดเจน
- เพลงเข้ากับภาพได้ดี
- มีฉับ สก๊อตติงถูกต้อง
- เป็นภาพที่หนักจนเกินไป

#### ข้อสิบ

- มีความยาวเกินไป ทำให้เบื่อเร็ว
- รูปบุคคลสำคัญบนจอตัวเล็ก
- ภาพเบลอภาพไม่ชัดเจน

### ข้อสรุป และ ข้อเสนอแนะของงานวิทยานิพนธ์ทั้งหมด (CONCLUSION & RECOMMENDATION)

#### 1. สรุป

จากการทำแบบสำรวจ การถ่ายหนังให้ดูความน่าสนใจในการหาอุปกรณ์ประกอบฉากที่เหมาะสม การขอให้ห้องสตูดิโอ ที่มี ขึ้นตอนการเล่าเรื่องดี รวมทั้งเวลาในการทำงาน ซึ่งน้อยเกินไป เหตุเพราะ เวลาในการทำงานจริงไม่ได้มีการคิดแบบร่าง (SKETCH) มากเกินไป จนต้องเร่งเวลาในการทำงานมากขึ้น จนเกือบจะไม่ได้มีการแก้ไขข้อบกพร่องในการรวมทั้ง การขอคำแนะนำเฉพาะที่ต่างๆ จากบริษัทเจ้าของหัวข้อ ซึ่งประสบความสำเร็จพอสมควร จึงต้องแก้ปัญหาโดยการหาภาพเก่าๆ ที่หามาได้ยากขึ้นจน และปัญหาที่ยากอีกอย่างก็คือ ขั้นตอนการทำซิล์ม ส�크ีนเวิร์ดการถ่ายซิล์มสกรีน (SILK SCREEN) มีที่เล่นหรือความถี่ของการเช่าที่ควร ไม่เร็วหรือยกอ้อมกลับมากำหนดตามเครื่อง

#### 2. ข้อเสนอแนะ

ควรจะมีการเพิ่ม เวลาทำงานจริงให้มากกว่าเวลาที่หาแบบร่าง (SKETCH) เพื่อคุณภาพของงานจะได้ออกมาดีเท่าที่เป็นอยู่ และการช่วยเหลืออุปกรณ์ที่การ เสนอเงิน เสนอปลาย และ คำสั่งงานไม่สามารถอนุมัติเฉพาะที่ได้ควรแจ้งล่วงหน้าก่อน เพื่อให้เตรียมแก้ปัญหาเห็นว่า เพื่อ งานที่ทางจะให้คุณภาพเท่าเทียมการมากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ใบรับรองการประเมิน

1. ข้อมูลเกี่ยวกับ สถาบันเทคโนโลยีการไฟฟ้า MTI
  - ฝ่ายประชาสัมพันธ์ และการตลาดของสถาบันฯ
2. ข้อมูลเกี่ยวกับวิธการขายการตรวจของผลิตภัณฑ์แบบขายตรง (DIRECT-  
SALE) และการวางขาย (COUNTER SALE)
  - ข้อมูล: บริษัท ไม้เทียมพีดี จำกัด
3. ข้อมูลชั้นเรียนการทาสีวอลล์พอร์ประกอบ เชียง
  - จัดทำเป็นเอกสารและตัวอักษรในงานสไลด์ประกอบ เชียง  
บริษัท ติวเตอร์ จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้