



รายงานปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การถ่ายภาพนิ่งและวิดีโอเพื่อการโฆษณาของรายการช้อปปิ้งออนไลน์

Making the Photography and Video for Advertising of Shop Channel

โดย

นายฐานพันธ์ กิระติสุนทรกุล 5804600317

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชา 143-491 สหกิจศึกษา

ภาควิชาการโฆษณา

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2561

หัวข้อรายงาน การปฏิบัติงานการถ่ายภาพนิ่งและวิดีโอเพื่อการโฆษณาของรายการช้อป
ชาแนล

Making the Photography and Video for Advertising of Shop Channel

รายชื่อผู้จัดทำ นายฐานพัทธ์ กิระดิษฐ์นทรกุล 5804600317

ภาควิชา การโฆษณา

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์สมเกียรติ ศรี เพ็ชร

อนุมัติให้รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาภาควิชาโฆษณาประจำ
ภาคเรียน ที่ 3 ปีการศึกษา 2561

คณะกรรมการสอบรายงาน


.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(อาจารย์สมเกียรติ ศรีเพ็ชร)


.....พนักงานที่ปรึกษา
(นายอนุพนธ์ จิตประทีก)


.....ประธานกรรมการ
(อาจารย์ปวรศ จันทร์เพ็ญ)


.....ผู้ช่วยอธิการบดี
และผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มารุจ ลิ้มปะวัฒน์)

จดหมายนำส่งรายงาน

วันที่ 7 กันยายน พ.ศ. 2562

เรื่อง ขอส่งรายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

เรียน อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา ภาควิชาการโฆษณา อาจารย์ สมเกียรติ ศรีเพชร

ตามที่ได้จัดทำ นายฐานพันธ์ กิระติสุนทรกุล นักศึกษาภาควิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม ได้ไปปฏิบัติงานสหกิจศึกษาระหว่างวันที่ 15 พฤษภาคม ถึง วันที่ 30 สิงหาคม 2562 ในตำแหน่งช่างภาพและผู้ช่วยช่างภาพ บริษัท ยู.เอวี.ไอที จำกัด มหาชน และได้รับมอบหมายจากพนักงานที่ปรึกษาและทำรายงานเรื่อง " การถ่ายภาพนิ่งและวิดีโอเพื่อการโฆษณาของรายการ ซี อปชาแนล "

บัดนี้การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้สิ้นสุดแล้ว ผู้จัดทำจึงขอส่งรายงานดังกล่าวพร้อมกันนี้ จำนวน 1 เล่ม เพื่อขอรับคำปรึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นายฐานพันธ์ กิระติสุนทรกุล)

นักศึกษาสหกิจศึกษา

ภาควิชาการโฆษณา

ชื่อรายงาน: การปฏิบัติงานการถ่ายภาพนิ่งและวิดีโอเพื่อการโฆษณาของ
รายการซื้อปลาเนล

ชื่อนักศึกษา: นายฐานันท์ กิระดิสุนทรกุล

อาจารย์ที่ปรึกษา: อาจารย์สมเกียรติ เพ็ชร

ระดับการศึกษา: ปริญญาตรี

ภาควิชา: การโฆษณา

คณะ: นิเทศศาสตร์

ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา: 3/2561

บทคัดย่อ

รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาเรื่องการถ่ายภาพนิ่งและวิดีโอเพื่อการโฆษณาของรายการซื้อ ปลาเนล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการถ่ายภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวในงานโฆษณาของรายการซื้อปลาเนล

จากการศึกษาพบว่าเทคนิคและรูปแบบในการถ่ายคลินค้ำในรายการมีความสำคัญในการนำเสนอสินค้าต่าง ๆ ซึ่งงานที่ได้รับมอบหมายคือช่างภาพและผู้ช่วยช่างภาพต้องจดจำรูปแบบของรายการแต่ละประเภทที่มีความแตกต่างกัน โดยหลักได้แก่ 4 ประเภทคือ โชว์จิวเวอร์รี่ , โชว์แฟชั่น , โชว์บิวตี้ , โชว์โฮมแอนอิลีกทรอนิกส์ ที่มีรูปแบบในการถ่ายทำที่ต่างกันทั้งนี้ผู้จัดทำทำหน้าที่ควบคุมกล้องกล้อง 2 กล้อง 3 กล้อง 4 และกล้อง 1 ตามลำดับเนื่องจากกล้อง 1 เป็นกล้องที่ต้องชำนาญแล้วถึงจะสามารถถ่ายได้เพราะมีการใช้ออกอากาศบ่อยที่สุด

คำสำคัญ : ช่างภาพ / ผู้ช่วยช่างภาพ / ซื้อปลาเนล

ผู้ตรวจ

Project Title: Making of Photography and Video Advertising for Shop Channel

By: Thanaphan Keeratisoonthornkoon

Advisor: Somkiat Sripetch

Degree: Bachelor of Arts

Major: Communication of Art

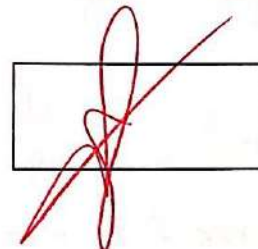
Faculty: Advertising

Semester / Academic Year: 3/2018

Abstract

This study project of co-operative education had the objectives to make the photography and video advertising for shop channel. The results showed all the techniques and pattern of product photography ideas from the show are very important while presenting the products. I was assigned as a cameraman and assistant, to understand and memorize the show. There were 4 types of the shows: 1) Jewelry show: 2) Fashion show: 3) Beauty show: 4) Home & Electronic show. The pattern of filming the shows were different and the film director has to control all of the cameras and Camera 1 was used to monitor the show

Keywords : cameraman, assistance, shop channel



กิตติกรรมประกาศ

(Acknowledgment)

การที่ผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษา ณ บริษัท ยู.เอวี.ไอที จำกัด มหาชน ตั้งแต่วันที่ 15 พฤษภาคม ถึง 30 สิงหาคม พ.ศ. 2562 ส่งผลให้ผู้จัดทำได้รับความรู้และต่างๆ ที่มีค่ามากมายสำหรับรายงานสหกิจศึกษาลงฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดีจากความร่วมมือและสนับสนุนจากหลายฝ่ายดังนี้

1. อาจารย์สมเกียรติ ศรีเพชร อาจารย์ที่ปรึกษา

2. คุณอนุพันธ์ จิตประทีก พนักงานที่ปรึกษา

และบุคคลท่านอื่นๆที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือในการจัดทำรายงาน

ผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ตลอดจนให้การดูแลและเข้าใจกับชีวิตของการทำงานซึ่งผู้จัดทำต้องขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้จัดทำทราบว่าคณะกรรมการสหกิจศึกษา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยามได้ กำหนดจริยธรรมทางวิชาการในการพิจารณารายงานสหกิจศึกษาไว้ 3 ประการดังนี้ 1. รายงานสหกิจศึกษา มีความซื่อสัตย์ทางวิชาการโดยไม่นำผลงานของผู้ อื่นมานำเสนอและไม่ลอกเลียนผลงานของผู้ อื่น 2. รายงานสหกิจศึกษามีให้เกียรติและอ้างอิงบุคคลหรือแหล่งที่มาของข้อมูลที่ทำมาใช้ในรายงาน สหกิจศึกษาและแสดงหลักฐานของการค้นคว้า 3. รายงานสหกิจศึกษาต้องไม่คำนึงถึงผลประโยชน์ ในการจัดทำรายงานจนละเมิดสิทธิของ สถานประกอบการ หรือนำเสนอความลับของสถานประกอบการ

ผู้จัดทำ

นายฐานพันธ์ กิระดิสุนทรกุล

วันที่ 7 กันยายน พ.ศ. 2562

สารบัญ

จดหมายนำส่งรายงาน..... ก

กิตติกรรมประกาศ..... ข

บทคัดย่อ..... ค

Abstract..... ง

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา..... 1

1.2 วัตถุประสงค์ของรายงาน..... 2

1.3 ขอบเขตของรายงาน..... 2

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ..... 2

1.5 นิยามคำศัพท์เฉพาะ..... 2

บทที่ 2 การทบทวนเอกสาร

2.1 หลักการจัดองค์ประกอบภาพ..... 3

2.2 ขั้นตอนการทำงานของช่างภาพโฆษณา..... 5

2.3 ประเภทของการถ่ายเพื่อการโฆษณา..... 8

2.4 ความหมายและความสำคัญของการโฆษณา..... 10

บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ.....	13
3.2 ลักษณะการประกอบการ ผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร.....	14
3.3 ตำแหน่งงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย.....	14
3.4 ชื่อและตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา.....	14
3.5 ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน.....	15
3.6 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน.....	15

บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงาน

4.1 ประเภทของ Show ในรายการ Shop CH.....	16
4.2 การเตรียม Show แต่ละประเภทและความแตกต่างของ Show.....	21
4.3 การดำเนินการถ่าย Show หน้าทีของช่างภาพในแต่ละ Show.....	26

บทที่ 5 สรุปผลการปฏิบัติงาน

5.1 สรุปผลรายงาน.....	35
5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจ.....	35

บรรณานุกรม.....	37
-----------------	----

ประวัติผู้จัดทำ.....	42
----------------------	----

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 3.1 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานสำหรับรายงานการปฏิบัติสหกิจศึกษา.....	15
--	----

สารบัญรูปภาพ

รูปที่ 3.1 แผนที่บริษัท	13
รูปที่ 3.2 พนักงานพี่เลี้ยง	14
รูปที่ 4.1 การถ่าย Model ในมุมกว้าง	17
รูปที่ 4.2 การถ่าย Model ในมุมแคบเน้นสินค้า	17
รูปที่ 4.3 สินค้าใน Show Jewelry	17
รูปที่ 4.4 การถ่ายสินค้ากล้องหนึ่งใน Show Jewelry	18
รูปที่ 4.5 รูปแบบการถ่าย Model ใน Show Fashion	18
รูปที่ 4.6 การถ่ายสินค้าใน Show Fashion	19
รูปที่ 4.7 ภาพรวมของ Show Beauty	19
รูปที่ 4.8 Show beauty (สินค้าน้ำหอม)	20
รูปที่ 4.9 Show H&E	20
รูปที่ 4.10 สินค้าใน Show H&E	21
รูปที่ 4.11 Pre-Show ในช่วงเช้า	22
รูปที่ 4.12 Pre-Show ในช่วงบ่าย	22
รูปที่ 4.13 Show Jewelry	23
รูปที่ 4.14 การถ่าย Model Show Jewelry	24

รูปที่ 4.15 ภาพรวม Show Beauty	24
รูปที่ 4.16 ภาพรวมของ Show Fashion	25
รูปที่ 4.17 การถ่ายสินค้า Fashion	25
รูปที่ 4.18 ภาพรวมShow H&E	26
รูปที่ 4.19 Camera 1 Show Jewelry	27
รูปที่ 4.20 Camera 2 Show Jewelry	27
รูปที่ 4.21 Camera 3 Show Jewelry	28
รูปที่ 4.22 Camera 4 Show Jewelry	28
รูปที่ 4.23 Camera 2 Show H&E	29
รูปที่ 4.24 Camera 2 Show Fashion	29
รูปที่ 4.25 Camera 2 Show Beauty	30
รูปที่ 4.26 Show H&E Camera1	31
รูปที่ 4.27 Show Fashion Camera1	31
รูปที่ 4.28 Show H&E Camera 3	32
รูปที่ 4.29 Show Beauty Camera 4	32
รูปที่ 4.30 การถ่าย Insert สินค้าใน Show Beauty	33

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

เนื่องจากปัจจุบันมีการโฆษณาขายสินค้าต่างๆมากมายทั้งในด้านภาพนิ่งและวิดีโอจึงทำให้เกิดการแข่งขันที่สูงการถ่ายภาพนิ่งและวิดีโอมีด้วยกันหลากหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นโฆษณาทางโทรทัศน์หรือการทำโฆษณาในสื่อกลางแจ้งการโฆษณาในรายการขายของนั้นมีความแตกต่างกับการโฆษณาทั่วไปอย่างมากการโฆษณา (Advertising) เป็นการนำเสนอต่อสาธารณชน (Public Presentation) บอกข่าวสารสินค้าแก่คนจำนวนมากไม่เจาะจงเฉพาะตัวหรือกลุ่มข่าวสารต้องมีความเป็นสากล เข้าใจได้ทั่วไป กระตุ้นให้เกิดการรับรู้ และพฤติกรรมการซื้อ

การโฆษณา เป็นวิธีการนำเสนอต่อสาธารณชนโดยไม่ใช้ตัวบุคคล (None personal Presentation) ระบุชื่อ สินค้า บริการ หรือองค์กรที่เป็นเจ้าของสินค้าอย่างชัดเจน นำเสนอโดยการผ่านสื่อต่างๆ ซึ่งล้วนแต่ต้องใช้ งบประมาณค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น ประโยชน์ของการถ่ายภาพ การถ่ายภาพมีประโยชน์และมีบทบาทเกี่ยวข้องกับ ชีวิตประจำวันของคนเราเพิ่ม มากขึ้นทุกวัน โดยเฉพาะ ในยุคปัจจุบัน การถ่ายภาพไม่ได้เป็นเรื่องที่ยากอีกต่อไปเพราะ ผู้ผลิตกล้อง ได้พัฒนาให้กล้องถ่ายภาพมีขนาดเล็กลง ใช้งานง่ายขึ้นรวมทั้งมีอุปกรณ์ช่วย อำนาจความสะดวกอีก มากมาย โดยมนุษย์เราจะใช้การถ่ายภาพเป็นสื่อกลางใน การ ถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆออกมาใน รูปแบบของ ภาพถ่ายเพื่อให้บุคคลอื่นๆได้เข้าใจใน เหตุการณ์นั้น ๆรวมทั้งยัง เป็นสื่อถ่ายทอดในด้าน ความงามทางศิลปะและยังเป็นที่ยอมรับ อีกด้วยว่า การถ่ายภาพเป็นศิลปะแขนงหนึ่งอีกด้วย “ภาพถ่าย” คือ การสื่อความหมายด้วย ภาพเป็นสื่อที่ทุกคนเห็นแล้วเข้าใจได้ดังสุภาษิตจีนที่ว่า “ภาพถ่ายเพียงภาพเดียวดีกว่า คำพูดพันคำ” ความหมายของภาพถ่ายหรือรูปถ่ายตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๒๕ อธิบายไว้ดังนี้รูป (นาม) หมายความว่าของที่ปรากฏแก่ตาร่างร่างกาย, कै้า โครง, แบบภาพ (นาม) หมายความว่า ความความมีความเป็นมักใช้ประกอบท้ายศัพท์ เช่น 7 มรณภาพว่า ความตาย,รูปที่ปรากฏเห็น,สิ่งที่วาดขึ้นเป็นรูปเป็นต้นถ่าย (กริยา) หมายความว่า เอาออกจากที่หนึ่งไปใส่อีกที่หนึ่งเช่นถ่ายรถ,ถ่ายเรือ,เอาสิ่งหนึ่งออกแล้วเอาอีกสิ่ง หนึ่ง ใส่เข้าไปแทนที่ เช่น ถ่ายน้ำ,ถ่ายเลือด,ถ่ายรูป(กริยา) หมายความว่า จา ลองหรือบันทึกภาพ ด้วยวิธีฉายเงา

บน แผ่นวัตถุไวแสงเช่นฟิล์ม,กระจกถ่ายรูป,ถ่ายภาพ(กริยา) หมายความว่า ภาพบนกระดาษอัดรูป เกิดจากการนำ แผ่น ฟิล์มภาพเนกาตีฟหรือแผ่นกระจกภาพเนกาตีฟ ไปอัดถ่ายทอดภาพลงบน กระดาษอัดรูปนั้น

1.2 วัตถุประสงค์ของรายงาน

เพื่อศึกษาการถ่ายภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวในงานโฆษณาของรายการ Shop CH

1.3 ขอบเขตของรายงาน

รายการขายของช่อง Shop CH ที่ออกอากาศระหว่างวันที่ 15 พ.ค. - 30 ส.ค. 2562

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

เข้าใจการเป็นช่างภาพและประยุกต์ใช้กับการเรียน

1.5 นิยามคำศัพท์เฉพาะ

Pre-Show คือ การเตรียมความพร้อมก่อนการถ่ายทำรายการ

Sale Producer (SP) คือผู้ผลิตการขาย

Still Picture คือ รูปภาพที่ใช้ในการโฆษณาสินค้าก่อนเข้าสู่สินค้าจริง

B-Roll คือ ภาพวิดีโอเพื่อการโฆษณาของสินค้าก่อนเข้าสู่สินค้าจริง หรือการใช้งานของสินค้าที่สามารถทำได้นอกเหนือจากใน Studio หรือภาพ VTR ของสินค้า

Pre-Cab และ Re-Cab คือภาพนิ่งในการบอกว่าวันนี้มีสินค้าอะไรมานำเสนอใน Show บ้าง และการ Re-Cab คือการทบทวนสินค้าว่ามีอะไรบ้าง

Cast คือ พิธีกร

Guests คือ แขกรับเชิญ

บทที่ 2

การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่ถูกต้อง

การจัดทำรายงานนี้การปฏิบัติงานการถ่ายภาพนิ่งและวิดีโอเพื่อการโฆษณาของรายการซีอปปาแนตการศึกษาครั้งนี้เกี่ยวกับเทคนิคการถ่ายภาพนิ่งและวิดีโอเพื่อการโฆษณาผ่านทางรายการ Shop CH Thailand ที่เป็นรายการประเภท Home Shopping ของประเทศไทย ผู้จัดทำได้นำแนวคิดทฤษฎี ดังต่อไปนี้มาใช้ในการจัดทำรายงาน

ประโยชน์ต่อการโฆษณาเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาดังนี้

2.1 หลักการจัดองค์ประกอบภาพ

2.2 ขั้นตอนการทำงานของช่างภาพโฆษณา

2.3 ประเภทของการถ่ายเพื่อการโฆษณา

2.4 ความหมายและสำคัญของการโฆษณา

2.1 หลักการจัดองค์ประกอบภาพ

การถ่ายภาพนั้นไม่ใช่เพียงแค่การยกกล้องมากดถ่ายภาพเท่านั้นแต่มันยังมีเรื่องราวของศิลปะแฝงอยู่ภายในมากมายซึ่งแน่นอนอันดับแรกเราต้องเรียนรู้ที่จะควบคุมกล้องควบคุมแสงสีต่างๆ ตลอดจนรวมไปถึงความไวชัตเตอร์และรูรับแสงแต่เพียงเท่านั้นยังไม่เพียงพอที่จะสร้างภาพถ่ายที่สวยงามได้การควบคุมกล้องให้ได้อย่างใจนั้น เป็นเรื่องพื้นฐานที่ต้องเรียนรู้เป็นอันดับแรกและเมื่อเรามีความชำนาญที่มากพอแล้วนั้นก็ยังมีอีกสิ่งหนึ่งที่ต้องเรียนรู้เพิ่มเติมซึ่งไม่ว่าเราจะใช้กล้องแบบใด ก็ตามจะเป็น Cybershot หรือว่า Alpha สิ่งนี้ก็ยังเป็นสิ่งที่นำมาประยุกต์ใช้ร่วมกันได้ตลอดสิ่งที่เรากำลังพูดถึงนั้นก็คือ “การจัดองค์ประกอบภาพ”

2.1.1 กฎสามส่วน เป็นกฎง่ายๆ ของการจัดองค์ประกอบภาพสำหรับการถ่ายภาพ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วในการถ่ายภาพทิวทัศน์นั้นเรามักชอบที่จะวางเส้นขอบฟ้าเอาไว้ตรงกลางภาพแต่ในความเป็นจริงแล้วเรามีวิธีที่จะวางเส้นขอบฟ้าไว้ที่อื่นเพื่อที่จะทำให้ภาพนั้นน่าสนใจมากขึ้นได้ซึ่งโดยหลักการ

แล้วนั้นให้เราทำการแบ่งพื้นที่ในภาพออกเป็นสามส่วน บน กลาง และด้านล่างจากนั้นให้วางเส้นขอบฟ้าก่อนไปทางด้านบนหรือด้านล่างก็ได้ให้ท้องฟ้ากินพื้นที่ 1 หรือ 2 ส่วนก็ได้แล้วแต่สถานการณ์ซึ่งเราจะได้ภาพลักษณะที่เป็นดินสองส่วนฟ้าหนึ่งส่วนหรือฟ้าสองส่วนดินหนึ่งส่วนก็ได้ซึ่งจะทำให้ได้ภาพที่น่าสนใจกว่าการแบ่งภาพแบบครึ่งๆ

2.2.2 จุดตัด 9 ช่องสำหรับภาพที่มีจุดสนใจในภาพนั้นโดยปกติแล้วเรามักจะวางจุดสนใจกันเอาไว้กลางภาพ ซึ่งในหลายๆครั้งจุดสนใจนั้นจะถูกลดความน่าสนใจลงไปเนื่องจากโดยส่วนอื่นๆ บริเวณรอบข้างดึงความสนใจไปเราสามารถแก้ปัญหานี้ได้โดยการใช้กฎที่เรียกว่า “จุดตัด 9 ช่อง” โดยให้ทำการแบ่งภาพทั้งหมดเป็น 9 ช่องแล้วเลือกวางจุดสนใจในบริเวณที่เป็นจุดที่เส้นแบ่งนั้นตัดกันซึ่งจะมีทั้งหมด 4 จุดด้วยกันการวางจุดสนใจในภาพไว้ในลักษณะนี้นั้นจะทำให้จุดสนใจในภาพนั้นน่าสนใจมากยิ่งขึ้นและเด่นชัดมากยิ่งขึ้น

ผู้จัดทำได้นำแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการถ่ายทำรายการให้สินค้ามีความน่าสนใจตามหลักการถ่ายภาพเบื้องต้นทั้ง กฎ 3 ส่วนและจุดตัด 9 ช่องมาใช้จริงในการถ่ายสินค้าของรายการช้อปปิ้งออนไลน์

อ้างอิงข้อมูลจาก

http://www.research-system.siam.edu/images/DigitalMedia/DM0157/AJ.Pop/2557-2/01/05_ch2.pdf

2.2 ขั้นตอนการทำงานของช่างภาพโฆษณา

1. การถ่ายทอดเจตนารมณ์ของลูกค้า หมายถึง การพูดคุยตกลงเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าที่จะได้จากงานของช่างภาพนั่นเอง รวมถึงการตรวจสอบราคาอย่างคร่าว ๆ ของงานแต่ละชิ้น ด้วย อันที่จริงช่างภาพน่าจะได้อธิบายโครงสร้างแบบของโฆษณาไปด้วย (layout) เหมือนกัน แต่เป็น การพูดคุยปรึกษากันอย่างคร่าว ๆ เพื่อที่จะได้ทราบว่า การถ่ายภาพแบบนี้แบบนั้นจะเป็นไปได้ หรือไม่ ถ้าทำไม่ได้จะแก้ไขอย่างไร ถ้าได้ทำในวงเงินเท่าไรถ้าตกลงในขั้นนี้การทำงานของช่างภาพจึง จะก้าวไปอีกขั้นหนึ่งคือการศึกษารูปแบบจะต้องปรึกษาร่วมกับลูกค้า เพื่อที่จะได้ข้อมูลครบถ้วน และนำข้อมูลต่าง ๆ มาผสมผสานความเป็นไปได้ของเจตนารมณ์ของลูกค้า เมื่อเป็นดังนี้ ขั้นตอนการถ่ายทอดเจตนารมณ์จึงเป็นขั้นตอนการเริ่มติดต่อประสานงานหรือ ขั้นตอนการรับงาน ลูกค้าใน

ปัจจุบันมักจะเลือกติดต่อกับช่างภาพที่เคยทำงานร่วมกันมาก่อน และมี ความถนัดเชี่ยวชาญเฉพาะ แต่ ละงาน ทั้งนี้เน้นเรื่องมนุษยสัมพันธ์ระหว่างช่างภาพกับลูกค้า ซึ่งหมายถึง ในลักษณะฉันทมิตร ทำงานร่วมกันในลักษณะเพื่อนร่วมงาน รับประทานอาหารด้วยกันบ้าง เทียวด้วยกัน บ้าง เพื่อที่ต่าง คนต่าง ได้หยั่งความรู้สึกซึ่งกันและกันให้ถูกต้อง สำหรับการถ่ายภาพโฆษณาให้ประสบความสำเร็จนั้น ทั้งสองฝ่ายจะต้องคบหาสมาคมให้สนิทใจ เพื่อให้งานกับตัวช่างภาพและ ผู้ว่าจ้าง เดินไปจุดหมายเดียวกันมิใช่มุ่งเอาแต่ผลประโยชน์ นอกจากนี้ช่างภาพยังต้องแสดงความต้องการตั้งใจ ที่จะให้งานแต่ละชิ้นปรากฏออกมาอย่างดีที่สุด แม้ว่างานโฆษณาส่วนใหญ่เน้นลูกค้าจะมีเลย์เอาต์มา ให้แล้ว แต่ลูกค้ายังต้องการความคิดเห็นของช่างภาพอยู่เป็นอย่างมากกว่า เลย์เอาต์นั้นดีหรือยัง ควร จะแก้ไขตรงไหนให้ภาพดีขึ้น ช่างภาพช่วยดูแลหาจุดปรับปรุงให้งานดูดีขึ้น โดยไม่ผิดแนวคิด (concept) ของโฆษณานั้น การจัดทำเลย์เอาต์ เลย์เอาต์มีความสำคัญ 2 ประเด็นคือ 1. เป็นแนวทาง ในการทำงานของช่างภาพ เลย์เอาต์เปรียบเสมือนเป็นแผนงานที่ บรรจувัตถุประสงค์ ขั้นตอนการ ทำงาน ปัจจัยและองค์ประกอบที่ต้องการใช้ในการทำงานเอาไว้ ด้วยกัน และที่สำคัญเลย์เอาต์เป็น ปัจจัยที่ใช้ประเมินผลว่าภาพถ่ายโฆษณาที่ออกมาเป็นไปตามแผน ที่วางไว้ ซึ่งก็คือเลย์เอาต์นั้น หรือไม่ ยิ่งไปกว่านั้นเลย์เอาต์คือความต้องการของลูกค้าเป็นสิ่งที่เกิด จากแนวคิดโฆษณาที่บริษัท ตัวแทนได้สร้างสรรค์ขึ้น และเป็นที่ยอมรับแนวคิดนั้นสามารถทำให้ เจ้าของสินค้าสามารถบรรลุ วัตถุประสงค์ทางการ โฆษณาได้ เลย์เอาต์จึงเป็นแนวทางสำคัญในการ ทำงานของช่างภาพโดย ปฏิเสธไม่ได้ 2. เป็นกรอบหรือขอบข่ายการทำงานของช่างภาพ เลย์เอาต์ช่วยให้การถ่ายภาพอยู่ ใน กรอบที่ลูกค้าต้องการ ทำให้ภาพถ่ายโฆษณาไม่ผิดแนวคิด ดังนั้น ในขั้นตอนการศึกษาเลย์เอาต์ ช่างภาพจะทำงานต่อไปนี้ 1. การศึกษาเลย์เอาต์และแนวคิดโฆษณานั้น ๆ และทำให้งานช่างภาพ เป็นไปตาม แนวคิดที่วางไว้ เช่น เลย์เอาต์แสดงถึงความบังเอิญของช่างภาพที่เผชิญถ่ายภาพคน กำลังตกน้ำและมี คนกำลังกระโดดไปช่วย ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นความบังเอิญที่ช่างภาพต้องการให้ เกิดขึ้น โดยมีการเตรียมการ ไว้ล่วงหน้า 2. การศึกษาเลย์เอาต์ เป็นการตกลงและอธิบายให้ลูกค้า ทราบถึงลักษณะการทำงาน และความเป็นไปได้ในการถ่ายภาพในชั้นรายละเอียดของช่างภาพ ช่างภาพและลูกค้าจะต้องทำ ความเข้าใจกันให้ดี โดยที่ช่างภาพจะต้องให้คำปรึกษาลูกค้าด้วย 3. บางครั้งลูกค้ามีความประสงค์ที่จะให้ภาพออกมา ตรงตามเลย์เอาต์โดยไม่มีการ เปลี่ยนแปลงแม้แต่น้อย ช่างภาพก็ต้องพยายามหาวิธีการที่จะให้ได้มาซึ่งภาพแบบนั้นได้ เช่น ลูกค้า ต้องการภาพ รถแข่งวิ่งเร็วจี เป็นหน้าที่ของช่างภาพที่ต้องใช้เทคนิควิธีการใดๆ ให้ได้ภาพนั้นออกมา ในการ ถ่ายภาพตามเลย์เอาต์นี้ ช่างภาพบางคนอาจจะได้ถ่ายภาพในมุมหรือองค์ประกอบที่ คิดว่าจะดีกว่า

ในเลย์เอาต์ที่เพื่อเสนอลูกค้าก็ได้ ถ้าภาพนั้นดีจริงแล้วลูกค้ามักจะยอมรับเสมอ 2. การจัดหาองค์ประกอบให้ภาพ องค์ประกอบของภาพ หมายถึง วัตถุสิ่งของ ฉาก หรือผู้ แสดง ที่นำมาประกอบสินค้าในภาพโฆษณา เป็นสิ่งช่วยให้สินค้าเด่นขึ้น มีคุณค่ามากขึ้น และช่วย ให้ภาพโฆษณาสะดุดตา น่าสนใจมากขึ้นด้วย หลังจากที่ตกลงเรื่องราคา และความต้องการของลูกค้ากับช่างภาพแล้ว ช่างภาพจะเริ่มจัดหา องค์ประกอบที่เหมาะสมให้ภาพ โดยดูจากเลย์เอาต์เป็นหลัก องค์ประกอบสำหรับภาพโฆษณาเริ่มต้น ตั้งแต่ฉาก ซึ่งอาจหมายถึง ตู้ เตียง โต๊ะ บรรยากาศที่เป็นห้องฟ้า ฯลฯ ซึ่งเรียกว่า เซต (set) หรือ หมายถึงฉากกระบายสีที่เรียกว่า ลิมโบ (limbo) ที่ทำขึ้นในห้องสตูดิโอถ่ายภาพ ไปจนถึงถ่ายภาพ นางแบบ นายแบบ ฯลฯ ที่ช่างภาพจะต้องจัดหา จัดทำขึ้นเพื่อประกอบในภาพโฆษณาตามแบบเลย์ เอาท์ที่ลูกค้ากำหนดขึ้น หรือเปลี่ยนแปลงตามเหมาะสมตามความเห็นชอบของลูกค้า องค์ประกอบภาพโฆษณา สามารถแบ่งได้เป็น 3 ส่วน คือ 1. องค์ประกอบที่เป็นฉาก ปัจจุบันช่างภาพนิยมสร้างฉากขึ้นมาเอง เพราะ ถ่ายทำ ในสตูดิโอนิยมมากขึ้นกว่าสมัยก่อน และนิยมถ่าย กับฉากที่ทำขึ้นเอง เพื่อความสะดวกกว่าการไป ขอยืมฉากจากเจ้าของบ้าน เป็นฉากถ่ายภาพโฆษณาซึ่งจะมีความยุ่งยากมาก และการทำงานของช่างภาพ จะสะดวกมากขึ้น ช่างภาพจะสามารถทำงานเวลาใดก็ได้ ไม่ต้องรอแสงหรือคอยให้ฝนหยุดตก ซึ่ง สิ่งเหล่านี้เป็นเรื่องธรรมชาติที่อยู่นอกเหนือการควบคุม ทำให้การทำงานล่าช้าและไม่สะดวก 2. ผู้แสดงประกอบ หมายถึง นางแบบ นายแบบ ตัวแสดงที่เป็นเด็ก คนแก่ ฯลฯ ซึ่งช่างภาพสามารถหาได้จากบริษัท จัดหานางแบบโดยบอกความต้องการให้บริษัทที่ติดต่อทราบ ว่า ต้องการผู้แสดงแบบใด อายุในเกณฑ์ใด เพื่อโฆษณาอะไร ทางบริษัทจะจัดหามาให้ช่างภาพพิจารณา ดูว่า สามารถแสดงได้ตามที่ต้องการหรือไม่ และมีข้อควรคำนึงคือ ควรเลือกตัวแสดงที่อายุต่ำกว่าเกณฑ์ ที่ต้องการสัก 2 - 3 ปี เอาไว้ก่อน ซึ่งองค์ประกอบของภาพที่จะมีความเด่นเหนือสินค้า เพราะมี ความสำคัญในฐานะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้านั้น ได้แก่ ตัวประกอบที่เป็นดารา ผู้มีชื่อเสียง ต่าง ๆ เป็นต้น ผู้แสดงเหล่านี้ใช้สิน ค้าที่โฆษณานั้น เพื่อจูงใจให้คนทั่วไปคล้อยตาม เช่น โฆษณา สบู่ลัคส์ เป็นต้น 3. วัตถุประกอบภาพ ได้แก่ สิ่งใดก็ตามที่นำมาใช้ประกอบภาพนั้นให้ดูสวย สะดุดตา และยังสามารถให้ ความคิด กับผู้ชมในทางสนับสนุนให้ขายสินค้าได้ด้วย การจัดหาวัตถุ ต่าง ๆ โดยทั่วไปจะเป็นหน้าที่ของช่างภาพเป็นผู้จัดหา 3. เตรียมความพร้อมอุปกรณ์ในการถ่ายภาพ (tools) อุปกรณ์ถ่ายภาพเป็นหัวใจของการ ถ่ายภาพ อุปกรณ์ที่ดีมีคุณภาพ มีส่วนช่วยให้ผลงานถ่ายภาพออกมามีคุณภาพดี อีกทั้งช่วยป้องกัน ความผิดพลาดในทางเทคนิคได้ด้วยแต่ทั้งนี้ทั้งนั้นยังไม่สำคัญเท่ากับช่างภาพ จะต้องสามารถควบคุม และใช้อุปกรณ์ได้เป็นอย่างดี และมีความชำนาญสูง ในการเตรียมอุปกรณ์

ถ่ายภาพโฆษณา มีหลัก ในการจัดและตรวจสอบดังนี้ 1. อุปกรณ์ทุกชิ้นต้องมีสภาพสมบูรณ์ พร้อมที่จะนำไปใช้งาน 2. ตรวจสอบเช็คอุปกรณ์ทุกชิ้นเพื่อความแน่ใจก่อนลงมือปฏิบัติงานจริง 3. เลือกใช้อุปกรณ์ให้เหมาะสมกับลักษณะงาน เช่น เลนส์ ต้องใช้ให้เหมาะกับ สถานที่ 4. กล้องถ่ายภาพต้องเลือกให้ตรงกับชนิดของงาน เพราะปัจจุบันมีกล้องถ่ายภาพ หลายประเภท ตั้งแต่กล้องขนาดเล็กหรือกล้อง compact ถึงขนาดใหญ่หรือกล้อง SLR ข้อดีของ กล้องดิจิทัลคือ ถ่ายแล้วสามารถดูภาพได้เลย หรือนำไปใช้งานประเภทต่าง ๆ ได้สะดวก ทั้ง ส่ง e-mail ไปให้ผู้ลูกค้าดูก่อน แล้วยังสามารถนำภาพไปตกแต่งในคอมพิวเตอร์ได้อีกด้วย 5. แบตเตอรี่และถ่าน ควรเตรียมทั้งกล้องและแฟลชให้เพียงพอ สำหรับกล้องจะมีแบตเตอรี่สำรองอีก 1 ชุด และหมั่นเช็คอยู่เสมอว่ามีไฟเต็มพร้อมใช้งาน ส่วนถ่านแฟลชอาจใช้ได้ ทั้งถ่านอัลคาไลน์ หรือ Oxyside หรืออาจจะลงทุนเพียงครั้งเดียวโดยซื้อถ่านชาร์จมาใช้ก็ได้ในงาน สำคัญหากเราไม่แน่ใจว่ากำลังแบตเตอรี่มีเพียงพอหรือไม่ก็ขอให้เปลี่ยนถ่านชุดใหม่ทันที 6. อุปกรณ์เสริม เช่น ขาตั้งกล้อง สายลั่นชัตเตอร์ สายแฟลช TTL ควรเตรียมไป เท่าที่จำเป็นต้องใช้ เพราะบางครั้งการเตรียมอุปกรณ์ไปมากเกินไปจนความจำเป็น นอกจากจะเป็นภาระ ขณะทำงานแล้ว ยังทำให้เหนื่อยเพิ่มขึ้น และอ่อนล้าไปในที่สุด 4. ลงมือถ่ายภาพ เมื่อถึงขั้นตอนของการถ่ายภาพก็ควรดำเนินการถ่ายตามที่ได้เขียนและ กำหนดไว้ในทำเลย์เอาท้อย่างไรก็ตามภาพอาจมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเลย์เอาท์ที่ทำก็ได้ หากเห็น ว่าภาพที่ถ่ายออกมาไม่ดีไม่สวยตามที่ต้องการ อาจทำอีกเป็นครั้งที่ 2 , 3 , 4 เรื่อยไปหรืออาจใช้วิธี เปลี่ยนมุมกล้อง เปลี่ยนท่าเปลี่ยนหน้ากล้องและความเร็วของ ชัตเตอร์

ผู้จัดทำรายงาน ได้นำแนวคิดการทำหน้าที่ของช่างภาพมาประยุกต์ใช้ในการจับภาพหา มุมมองที่แปลกใหม่และวิธีการถ่ายใหม่เข้ามาในการดำเนินรายการเพื่อไม่ให้ผู้รับชมนั้นเบื่อ กับมุม กล้องเดิมๆ

2.3 ประเภทของการถ่ายเพื่อการโฆษณา

ภาพถ่ายเพื่อการโฆษณานั้นมีอยู่มากมายหลายชนิดประเภท ช่างภาพที่ถ่ายโฆษณาจะทำการถ่ายภาพตามความประสงค์ของฝ่ายสร้างสรรค์งานโฆษณา เจ้าของสินค้าเป็นสำคัญ เพื่อให้ภาพ โฆษณานั้น ๆ สามารถสื่อความหมายได้ตามเป้าหมาย ที่วางไว้ อย่างไรก็ตาม หาก จัดประเภทของ ภาพถ่ายเพื่อการโฆษณาให้เป็นหมวดหมู่แล้ว อาจแบ่งออกได้เป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. ภาพเปลือย (nude)

2. ภาพคนเหมือน (portrait)

3. ภาพสินค้า (pack shot)

4. ภาพอาหาร (food)

5. ภาพเคลื่อนไหว (action)

จากทั้ง 5 ข้อผู้รายงานเห็นว่ามีการถ่ายภาพสินค้าเท่านั้นที่เกี่ยวข้องจริงขออธิบายรายละเอียดดังต่อไปนี้

ภาพสินค้า (pack shot) การถ่ายภาพตัวสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ (package) ของสินค้า ในการโฆษณาจะเรียกกันว่า แพคชอตหรือโปรดักชอต (pack or product shot) บรรจุภัณฑ์สินค้าในท้องตลาดมีมากมายหลายชนิด ทั้งที่เป็นกระดาษ พลาสติก แก้ว ผ้า เหล็ก ฯลฯ แต่ละชนิดมีทั้งมีคุณภาพและไม่ มีคุณภาพ มีการบรรจุหีบห่อ (package) ที่สวยและไม่สวย มีรูปร่างต่าง ๆ กันไป ในการถ่ายภาพ สินค้านั้นจะต้องมีการปรับปรุงเทคนิควิธีการอยู่เสมอ เช่น ในสมัยก่อนบรรจุภัณฑ์มีรูปแบบไม่สวยงาม ไม่น่าใช้ และไม่ดึงดูดใจให้ผู้ซื้ออยากซื้อสินค้า เมื่อต้องมีการโฆษณาการถ่ายภาพจะทำได้ด้วยความลำบาก เพราะวัสดุที่ใช้ทำกล่องคุณภาพไม่ดี ทำให้ถ่ายภาพไม่สวย ข้อความในกล่องก็ไม่ชัดเจน ถ้า ใช้ถ่ายภาพจะทำให้ภาพพจน์ของสินค้าต่ำลงไป นักถ่ายภาพในสมัยนั้นต้องอาศัยการทำกล่องขึ้นมา ใหม่ เลียนแบบกล่องของสินค้าแต่ใช้วัสดุดีกว่า และเขียนข้อความชัดเจนสวยงามยิ่งขึ้น ปัจจุบันสินค้าส่วนใหญ่จะมีกล่องที่สวยงามสะดุดตาน่าใช้ ทำให้ช่างภาพถ่ายสินค้าได้ง่ายขึ้น การถ่ายภาพสินค้านั้นจะมีหลักใหญ่ ๆ คือ จะถ่ายอย่างไรให้ภาพออกมาสวยกว่าความเป็นจริง ซึ่ง เป็นเรื่องค่อนข้างยาก เพราะสินค้าแต่ละชนิดจะมีรูปทรงขนาด สี สันแตกต่างกันไป และสินค้าบาง ชนิดอาจจะไม่เน้นการถ่ายภาพกล่องหรือหีบห่อที่บรรจุสินค้า แต่จะเน้นที่สินค้าซึ่งมีลักษณะต่างๆ การช่างภาพจะต้องถ่ายทอดสื่อความหมายให้สินค้านั้น ๆ น่าใช้ ตรงตามจุดมุ่งหมายของสินค้านั้น ส่วนคุณสมบัติประโยชน์หรือส่วนดีของสินค้า ซึ่งบางครั้งแสดงออกมาทางความรู้สึกของภาพเพื่อให้คนดู สามารถสื่อได้จากภาพนั้น หลักการกว้าง ๆ ในการถ่ายภาพสินค้าและบรรจุภัณฑ์

1. ภาพถ่ายสินค้าจะต้องมีความชัดเจน สื่อความหมายได้ทันทีโดยไม่ต้องมีการตีความ เมื่อ ดูแล้วสามารถบอกได้เลยว่าเป็นสินค้าอะไร

2. สินค้าในรูปจะต้องมีสัดส่วนถูกต้องตามความเป็นจริง เมื่อถ่ายย่อลงในภาพแล้วต้องมี สัดส่วนเหมาะสมกัน
3. การถ่ายภาพสินค้าในมุมแปลก ๆ จะช่วยทำให้ภาพน่าสนใจแต่ต้องระมัดระวังไม่ให้ ภาพออกมาบิดเบี้ยว หรือผิดไปจากความจริงมากเกินไปจนขอบเขตของเหตุผล เพราะจะมีผลคือจะไป ทะลายความเข้าใจของผู้บริโภคต่อสินค้านั้น ๆ
4. ในกรณีที่บรรจุกฎหมายของสินค้าของสินค้าดูไม่ดี ช่างภาพควรมานำมาตกแต่ง (retouch) เสีย ใหม่ เช่น ดัดสติ๊กเกอร์ ทำโลโก้ใหม่ให้คมชัด การตกแต่งนั้นหมายความว่า การทำให้ดูดีขึ้น ถ่าย ออกมาแล้วสวยขึ้นกว่าเดิมไม่ใช่ไปเปลี่ยนแบบโลโก้เพราะช่างภาพไม่มีอำนาจจะไปเปลี่ยนใด ๆ
5. ในบางครั้ง ภาพถ่ายสินค้าจะมีแสงตกกระทบ หรือแสงสะท้อนที่ตัวสินค้าในภาพ โดยเฉพาะสินค้าที่ใช้วัสดุประเภทโลหะที่มีผิวมันวาว เช่น กระป๋องน้ำอัดลม ฯลฯ แสงสะท้อน เหล่านี้บางครั้ง อาจทำให้ภาพออกมาสวยงาม แต่บางโอกาสเจ้าของสินค้าไม่ต้องการให้มีแสงสะท้อน ช่างภาพต้องหาวิธีแก้ไข พยายามเงา ลบแสงตรงส่วนนั้น โดยการจัดแสงใหม่หรือใช้วัสดุเคลือบผิ ดชนิดที่ทำให้ ผิวด้านขึ้น (dulling spray) เข้าช่วยในการถ่ายภาพนั้น

ผู้จัดทำรายงานได้นำแนวคิดนี้มาประยุกต์ใช้ในการถ่ายภาพสินค้าที่มีความแตกต่างกันทั้ง รูปทรงและลักษณะและการที่จะสื่อสารออกมาเป็นภาพให้ผู้ชมเข้าถึงได้ง่ายขึ้นและเข้ากับตัวสินค้า

อ้างอิงข้อมูลจาก

<https://www.east.spu.ac.th/comm/admin/knowledge/A4023.pdf>

2.4 ความหมายและสำคัญของการโฆษณา

การโฆษณา หมายถึง การเสนอ ข่าวสาร หรือ แจ้งข่าวสารให้บุคคลที่เป็นกลุ่มเป้าหมายทราบเกี่ยวกับสินค้า บริการ หรือแนวความคิด โดยเจ้าของสินค้า หรือผู้อุปถัมภ์ที่เปิดเผยตัวเองอย่างชัดแจ้ง มีการจ่ายเงินเป็นค่าใช้จ่าย และเป็นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ไม่ได้ใช้บุคคลเข้าไปติดต่อโดยตรง

ความสำคัญของการโฆษณา

1. เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร
2. ช่วยพัฒนาระบบเศรษฐกิจในประเทศ
3. ช่วยยกระดับมาตรฐานการครองชีพของคนในสังคม
4. เกิดการแข่งขันระหว่างธุรกิจต่างๆ

วัตถุประสงค์ของงานโฆษณา

1. การโฆษณาเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจ (Comprehensive Advertising) การให้ความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับสินค้าและบริการ การให้ความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับสินค้าและบริการ สามารถทำได้ดังต่อไปนี้ คือ

- การโฆษณาให้ความรู้ เกี่ยวกับประเภทของสินค้าและบริการ เช่น สินค้าเกษตรกรรม สินค้าอุตสาหกรรม

- การโฆษณาให้ความรู้ เกี่ยวกับความสำคัญของสินค้าและบริการ โดยเฉพาะสินค้าที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ เช่น อาหาร ยา วัคซีน

- การโฆษณาให้ความรู้ เกี่ยวกับประโยชน์ของสินค้าและบริการ เช่น การโฆษณาคุณสมบัติของยา วัคซีน

- การโฆษณาให้ความเข้าใจ เกี่ยวกับแนวคิดใหม่ของการโฆษณาเกี่ยวกับสินค้าและบริการ โดยการใช้ชื่อโฆษณาแบบใหม่ การใช้ความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนการทำให้ผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมในการโฆษณา

- การโฆษณาให้ความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับกระบวนการผลิตสินค้า นับตั้งแต่เริ่มต้นจนสำเร็จเป็นสินค้าสำเร็จรูป

2. การโฆษณาเพื่อให้ข่าวสาร (Informative Advertising) ข่าวสารของการโฆษณาที่เป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภค ข่าวสารของการโฆษณาที่เป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคมีหลายประเภท คือ

- ข่าวสารการตลาด เป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพเหตุการณ์ของการตลาด
- ข่าวสารการลงทุน เป็นการให้ข้อมูลทางด้านการลงทุนเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในสินค้าและบริการ
- ข่าวสารสินค้าและบริการใหม่ เป็นการบอกกล่าวและให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าใหม่ หรือบริการใหม่ ๆ เพื่อให้ผู้บริโภค มีโอกาสพิจารณาเลือกซื้อ
- ข่าวสารราคาสินค้าและบริการ เป็นการให้ข้อมูลด้านราคาเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ และนำไปสู่การซื้อสินค้าและบริการ
- ข่าวสารการส่งเสริมการขาย เป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการขาย เช่น การตลาด การแจกการแถม ของกำนัล เป็นต้น

3. การโฆษณาเพื่อชักจูงใจ (Persuasive Advertising) การโฆษณาเพื่อชักจูงใจนั้นจำเป็นต้องสร้างแรงจูงใจให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภค ทำให้เกิดการคล้อยตามที่จะซื้อสินค้าและบริการ สามารถใช้หลักการดังนี้ คือ

- จูงใจให้เกิดความสนใจที่จะซื้อสินค้าและบริการ การโฆษณานี้ ต้องชี้แนะให้ผู้บริโภคเกิดความประสงค์ในการใช้
- จูงใจให้เกิดความประทับใจในสินค้าและบริการ การโฆษณาต้องสร้างความประทับใจกับผู้บริโภค โดยใช้ศิลปะของการสื่อสารเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความอยากรู้ อยากเห็น ใฝ่หาอารมณ์ ก่อให้เกิดความรู้สึกคล้อยตาม และเกิดความประทับใจในคุณภาพและบริการ
- จูงใจให้เกิดความพึงพอใจในสินค้าและบริการ การโฆษณานี้ต้องสร้างภาพพจน์ของสินค้าและบริการ ให้สอดคล้อง กับความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยเอาจุดเด่นของสินค้าและบริการมาสร้างสรรค์งานโฆษณา
- จูงใจให้เกิดความภูมิใจในสินค้าและบริการ การโฆษณาในลักษณะนี้มักนำเอาบุคคลสำคัญ และเป็นที่ยอมรับมาเป็นแบบในโฆษณา เพื่อให้ผู้บริโภคทั่วไปเห็นว่า บุคคลสำคัญยังใช้สินค้าและบริการชนิดเดียวกับตน จึงเกิดความภาคภูมิใจเมื่อใช้สินค้าและบริการนั้น

องค์ประกอบของการโฆษณา

องค์ประกอบของการโฆษณาจำแนกออกเป็น 4 ประการ ได้แก่

1. ผู้โฆษณา (advertiser) เจ้าของบริการ ซึ่งจะต้องประสานกับงานด้านการตลาดของหน่วยงานนั้น โฆษณาทุกชิ้นจะต้องปรากฏตัวผู้โฆษณาให้ชัดเจน และผู้โฆษณาต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการโฆษณา

2. สิ่งโฆษณา (advertisement) โฆษณาที่ทำสำเร็จรูปหรือสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆที่ประกอบด้วยข้อความ รูปภาพ ซึ่งจะสื่อถึงสินค้าหรือบริการ ที่เห็นอยู่บนนิตยสาร หนังสือพิมพ์ รวมถึงภาพยนตร์ โฆษณา ทางโทรทัศน์ วิทยุ

3. สื่อโฆษณา (advertising) สื่อที่ผู้โฆษณาเลือกใช้ในการเผยแพร่งานโฆษณาไปยังกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในสถานที่ต่างๆ

4. กลุ่มเป้าหมาย (consumer) บุคคลทั่วไปที่รับข่าวสารการโฆษณา ซึ่งหากเกิดความรู้สึกถูกใจ ชอบสินค้าและบริการ จะนำไปสู่การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการนั้นๆ

ผู้จัดทำได้นำแนวคิดนี้มาใช้ร่วมกับการทำงานโฆษณาเพื่อต้องการทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมายให้เกิดความสนใจในตัวสินค้าเพื่อนำมาสร้างสรรคงานโฆษณาตามต้องการ

อ้างอิงข้อมูลจาก

<https://sites.google.com/site/amptzee/khwam-hmay-khxng-khosna>

บทที่ 3

รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

ชื่อสถานประกอบการ

บริษัท ยู.เอวีไอที จำกัด

สำนักงานสาขา (สำนักงานใหญ่) 100 ซอยโพธิ์แก้ว 3 แขวง 19 ถนนประดิษฐ์มนูธรรม

แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240

สำนักงานสาขา

530/1 ซอยสาธุประดิษฐ์ 58 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา

กรุงเทพฯ 10120

โทร 02-115-2953



รูปภาพที่ 3.1 : แผนที่ บริษัทยู.เอวี จำกัด

3.2 ลักษณะการประกอบการ ผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร

การให้บริการของบริษัท ยูเอวีไอที จำกัด

เป็นผู้ให้บริการการทำรายการขายสินค้าของบริษัท ซ้อป โกลบอล (ประเทศไทย) จำกัด ในการทำรายการขายของตลอด 24ชม.และเป็นรายการสดโดยมุ่งเน้นการโฆษณาสินค้าเป็นหลักให้ตรงตาม

กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ และ เป็นการค้าขายสินค้าจากแบรนด์ของประเทศญี่ปุ่นเป็นหลัก การทำรายการ Shop CH ที่นำสินค้าจากประเทศญี่ปุ่นเข้ามาขายเช่น การขายกระเป๋า Fashion ที่เป็นที่นิยมในประเทศญี่ปุ่น,การขายเครื่องสำอางจากประเทศญี่ปุ่นและ สินค้าต่างๆจากทั่วโลก

3.3 ตำแหน่งงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

นักศึกษาฝึกงาน : ช่างภาพและผู้ช่วยช่างภาพ

งานด้านการถ่ายทำ

ควบคุมกล้องในการถ่ายShowต่างๆของรายการ Shop Ch

การโอสายไฟและการเคลื่อนย้ายอุปกรณ์ต่างๆในการเปลี่ยนฉากที่มีเวลา 40 วินาที

3.4 ชื่อและตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา

ชื่อ-สกุล นายอนุพนธ์ จิตประทีก (พี่ป๊อ)

ตำแหน่ง Switcher



รูปภาพที่ 3.2 : พนักงานที่ปรึกษา

3.5 ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

วันที่ 15 พฤษภาคม พ.ศ. 2562 ถึงวันที่ 30 สิงหาคม พ.ศ. 2562

3.6 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

3.6.1 ศึกษารูปแบบการถ่ายทำ Show แต่ละประเภท

3.6.2 ดูเฟรมและผลงานที่ผ่านของรายการ Shop Ch

3.6.3 ประจำกล้องโดยเริ่มจากกล้อง 2 ประมาณ 2 อาทิตย์

3.6.4 ประจำกล้อง 3

3.6.5 ประจำกล้อง 4

3.6.6 ประจำกล้อง 1

3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน และพัฒนาการของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาโดยแบ่งตามประเภทของรายงานที่นักศึกษาดำเนินงานดังนี้

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานสำหรับรายงานการปฏิบัติงานของสหกิจศึกษา

ระยะเวลา	รายละเอียดการปฏิบัติงานสหกิจ
สัปดาห์ที่ 1	เรียนรู้ระบบการทำงานของรายการ
สัปดาห์ที่ 2	ทดลองควบคุมกล้อง 2
สัปดาห์ที่ 3	ควบคุมกล้อง 2
สัปดาห์ที่ 4	เรียนรู้การถ่ายกล้อง 3
สัปดาห์ที่ 5	ควบคุมกล้อง 3
สัปดาห์ที่ 6	ควบคุมกล้อง 3
สัปดาห์ที่ 7	เรียนรู้รูปแบบการถ่ายกล้อง 4
สัปดาห์ที่ 8	ทดลองควบคุมกล้อง 4
สัปดาห์ที่ 9	ควบคุมกล้อง 4
สัปดาห์ที่ 10	เรียนรู้รูปแบบการถ่ายกล้อง 1
สัปดาห์ที่ 11	ทดลองถ่ายกล้อง 1
สัปดาห์ที่ 12	ควบคุมกล้อง 1

สัปดาห์ที่ 13	ควบคุมกล้อง 1 และ 3
สัปดาห์ที่ 14	ควบคุมกล้อง 1 และ 4
สัปดาห์ที่ 15	ควบคุมกล้อง 2 และ 3
สัปดาห์ที่ 16	ควบคุมกล้อง 1 และ 3

ตารางที่ 3.1 ขั้นตอน และวิธีการดำเนินงานสำหรับรายงานการปฏิบัติสหกิจศึกษา



บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงาน

การดำเนินงานหัวข้อการปฏิบัติงานการถ่ายภาพนิ่งและวิดีโอเพื่อการโฆษณาสินค้าของรายการ Shop Channel (รายการสด) ของรายการช้อปปิ้งชาแนลมีรายละเอียดดังนี้

4.1 ประเภทของ Show ในรายการ Shop CH

4.2 การเตรียม Show แต่ละประเภทและความแตกต่างของ Show

4.3 หน้าที่ของคากล้องที่ผู้รายงานรับผิดชอบ

4.1 ประเภทของ Show ในรายการ Shop CH

ประเภทของ Show ที่มีความหลากหลายในการดำเนินรายการ Shop Ch จะแบ่งออกได้หลักๆ

4 ประเภทดังนี้

1. Show Jewelry (Supper Jewelry Day)

2. Fashion (Supper Fashion Day)

3. Beauty (Supper Beauty day)

4. Home & Electronics

ต่อจากนี้จะเป็นการอธิบาย Show Jewelry

1. Show Jewelry เป็นรายการขายสินค้าที่เป็นประเภทเครื่องประดับ ไม่ว่าจะเป็น สร้อย, แหวน, กำไล, นาฬิกา, และต่างหู เป็นต้น การดำเนินการถ่ายทำ Jewelry จะเป็นการแนะนำสินค้าจาก Cast และ Guests ที่เป็นเจ้าของสินค้ามาแนะนำถึงความเป็นมาของ Brand วัสดุที่ใช้ในการทำเครื่องประดับ แร่ธาตุ ความหายากของแต่ละชิ้น และจะมีการสวมใส่ให้ดูเป็นการช่วยการตัดสินใจสำหรับผู้ซื้อที่กลัวจะใส่แล้วไม่สวยหรือมองไม่เห็นภาพ โดย Model ดังรูปภาพ



ภาพที่ 4.1 ถ่าย Model มุมกว้างเน้นภาพรวม



ภาพที่ 4.2 การถ่าย Model มุมแคบเน้นที่สินค้า



ภาพที่ 4.3 Show Jewelry (สินค้า)

1.1 Supper Jewelry Day เป็นรายการขายสินค้าที่เป็นเครื่องประดับ โดยจะเป็นการเปิด B-Roll ที่เป็นของ Supper Jewelry Day ก่อนเข้ารายการทุกครั้งแตกต่างจาก Show Jewelry แค่ว่า Supper Jewelry Day เป็นการขายสินค้าประเภทเครื่องประดับ ตลอดทั้ง 24 ชม. โดยไม่ขายสินค้าอื่นเลยทั้งวัน แต่ก็จะมี Brand ต่างๆมาขายสลับสับเปลี่ยนให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น แต่ยังคงเป็นการขาย Jewelry ดังรูปภาพ



ภาพที่ 4.4 การถ่ายสินค้าของกล้อง 1 ใน Show Jewelry

ต่อจากนี้จะเป็นการอธิบาย Show Fashion (Supper Fashion Day)

2. Show Fashion จะเป็นการนำเสนอการขานสินค้า Fashion ไม่ว่าจะเป็น เสื้อผ้า, กางเกง, รองเท้า และ แว่นตา เป็นต้น ในการถ่าย Show Fashion จะมีการเพิ่มความสำคัญของตัวสินค้าที่มีโดยการมุ่งเน้นการ Insert สินค้าเป็นหลัก และมีการนำเสนอสินค้าโดยการ เดินแบบ Fashion โดย Model ดังรูปภาพ



ภาพที่ 4.7 ภาพรวมของ Show Beauty



ภาพที่ 4.8 Show beauty (สินค้าน้ำหอม)

ต่อไปนี้จะอธิบายเกี่ยวกับ Show Home & Electronics

4. Home & Electronics เป็นการนำเสนอสินค้าที่เป็นของใช้ในบ้านเช่น เติงนอน, ตู้เสื้อผ้า, น้ำยาล้างจาน, หมอน เป็นต้น ในการดำเนินรายการจะมีการทดสอบประสิทธิภาพของสินค้าต่างๆ ให้กลุ่ม

เป้าหมายเกิดความค้อยตามเป็นการจูงใจแก่กลุ่มเป้าหมายวัตถุประสงค์ในการทดสอบประสิทธิภาพ
เพื่อให้ดูน่าเชื่อถือ โดยShow นี้จะมุ่งเน้นการ Insert สินค้าเป็นหลัก



ภาพที่ 4.9 Show H&E



ภาพที่ 4.10 สินค้าในShow H&E

4.2.1 การเตรียมShow แต่ละประเภท Shop Ch Live จะต้องมีการประชุมทีมงานในทุก
ส่วนที่เกี่ยวข้องของการถ่ายทอดสดรายการ Shop CH เพื่อทำการ Briefงานให้แก่ทีมงานใน
ตำแหน่งต่างๆ เรียกว่าการ P-Show โดยการ P-Show จะมีผู้บอกถึงความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่
ต้องการให้ Show ในแต่ละ Showออกมาตามความต้องการของลูกค้า เพื่อให้หน้าสนใจและดึงดูด

กลุ่มเป้าหมาย ของสินค้าได้ดีที่สุดการ P-Show จะนำโดย SP จากทาง Shop CH มาBrief งานในแต่ละShow ก็จะมี SP ที่รับผิดชอบงานต่างกัน หนึ่ง Show จะมีเวลา58.50 นาทีในการถ่ายทำ และจะมีเวลาให้เคลื่อนย้ายกล้องและฉากให้ทันเวลา 40 วินาทีก่อนที่ Show และมีการเตรียม Still Pic และ B-Roll ในการเตรียมเปิดใน Show ในการเข้าShow จะมีการPre-Cab สินค้าก่อนเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้ทราบถึงสินค้าที่จะนำมาขายในวันนี้ และเมื่อจบ Show จะมีการ Re-Cab เพื่อบอกว่าวันนี้ขายสินค้าอะไรบ้าง ต่อไปจะเริ่ม รายละเอียดในการย้ายฉากในShow ต่อ Show ผู้เขียนจะทำการนำเสนอในหัวข้อต่อไป



ภาพที่ 4.11 Pre-Show ในช่วงเช้า



ภาพที่ 4.12 Pre-Show ช่วงบ่าย

ในส่วนของการ Pre-Show ช่วงบ่ายมีส่วนในการหามุมกล้องหรือเฟรมภาพสุดท้ายให้ออกมาตามที่ SP ต้องการมากที่สุดเนื่องจากการถ่ายทำจริงกับ SP ที่มีความต้องการนั้นไม่สามารถทำได้ตามที่ต้องการในบางครั้งบางกรณี เช่น ต้องการเปิด Show ด้วย Model แต่ไม่สามารถเปิดได้เพราะ Model ยังมาไม่ทันช่วงภาพจะต้องอธิบายและหาเฟรมใหม่ๆ เสมอ เพื่อให้ตรงตามความต้องการของ SP และช่วงภาพจะต้องรู้ว่าเมื่อจบ Show นี้แล้วจะต้องย้ายไปที่ฉากไหนต่อเพื่อเตรียมสะแตนด์บายรอในการถ่ายรายการต่อไปในกรณีที่กล้องตัวนั้นไม่ใช่แล้วใน Show สามารถ Move กล้องมาเตรียมรอได้เลยและจะมีเวลาจัดเฟรมอีกด้วย ในการเตรียม Show ต่อไป ทีมงานฝ่าย Pop ก็จะเข้ามา Set ฉากตามที่ SP ต้องการเตรียมไว้ก่อนล่วงหน้า

4.2.2 ความแตกต่างแต่ละประเภทของ Show

ความแตกต่างระหว่าง Show ต่างๆ ในรายการของ Shop CH ที่มี Show อยู่ 4 ประเภทหลักๆ คือ Jewelry , Fashion, Beauty และ Home & Electronics ที่มีความแตกต่างกันในการดำเนินการถ่ายทอดสดที่ต่างกันดังนี้

1. Show Jewelry และ Beauty

ในส่วนของการ Show Jewelry นั้นใช้กล้องหลักในการดำเนินรายการเพียง 2 กล้อง คือกล้องที่จับสินค้าเป็นหลักและกล้องที่จับมุมกว้างรับ Cast และ Guests ส่วนกล้องอีก 2 ตัวนั้นจะใช้ในการถ่าย

Model ให้กลุ่มเป้าหมายได้เห็นในภาพรวมของการสวมใส่สินค้าว่าออกมาเป็นอย่างไรในขณะที่การดำเนินรายการจะไม่มี Move

กล้องเนื่องจาก Show Jewelry นั้นจะไม่มี Move นั่งพูดคุยอยู่ที่โต๊ะเพียงอย่างเดียว แตกต่างจาก Show Beauty ที่มีการ Move ในการทดลองใช้สินค้าและแตกต่างกันโดยที่ Show Beauty ไม่มี Model ใน Show แต่จะใช้ Demon (ผู้ใช้จริง) มาทดสอบสินค้าแทน และจะมีการ Move กล้องเคลื่อนย้ายฉากในกรณีทดสอบสินค้าให้กลุ่มเป้าหมายได้เห็นคุณสมบัติของสินค้า



ภาพที่ 4.13 Show Jewelry



ภาพที่ 4.14 การถ่าย Model Show Jewelry



ภาพที่ 4.15 ภาพรวม Show Beauty

2.Show Fashion และ Home & Electronics

ความแตกต่าง Show Fashion และ Home & Electronics คือ Show Fashion นั้นมักจะนิยมในการเปิดรายการด้วย Model และใช้ Model ในการสวมใส่สินค้าให้ผู้รับชมได้เห็นภาพรวมแต่ Show H&E นั้นไม่มีการใช้ Model แต่จะเป็นการทดลองใช้ให้ผู้รับชมเห็นว่าสินค้านั้นมีความสามารถอะไรได้บ้าง และจะเน้น การinsert สินค้ามากกว่าของ Show Fashion ที่จะใช้ Model ในการพรีเซ็นสินค้า การจับภาพของกล้องจะมีความคล้ายกันที่จะจับ สินค้าเป็นหลักแต่จุดที่แตกต่างกันชัดๆ คือการใช้ Model กับ การ insert สินค้า ที่แตกต่างกัน และ Show H&E นั้นในบางครั้งต้องใช้ในการ Moveกล้องในการถ่ายทำมากกว่า Fashion



ภาพที่ 4.16 ภาพรวมของ Show Fashion



ภาพที่ 4.17 การถ่ายสินค้า Fashion



ภาพที่ 4.18 ภาพรวมShow H&E

4.3 การดำเนินการถ่าย Show หน้าที่ของช่างภาพในแต่ละ Show

ต่อจากนี้จะเป็นการอธิบายถึงหน้าที่ของช่างภาพที่ควบคุมกล้องในการดำเนินรายการShowต่างๆ ของรายการ Shop CH ที่มีหน้าที่ที่แตกต่างกันไปของแต่ละShow ไม่จำเป็นว่ากล้องหนึ่งจะต้องจับสินค้าเพียงอย่างเดียวเพราะสามารถนำไป insert สินค้าได้ด้วยเช่นกัน หน้าที่หลักๆของกล้องแต่ละตัวจะไม่ตายตัวยกเว้น ShowบางShow เช่น Show jewelry ที่หน้าที่กล้อง 1-4 จะตายตัวมีหน้าที่ของกล้องในแต่ละกล้องและShowต่างๆดังนี้

Camera 1 Show Jewelry

หน้าที่สำคัญในการถ่ายShow Jewelry ของกล้อง1 คือการจับตัวสินค้าคอยควบคุมไม่ให้หลุด Focus ดังภาพตลอดทั้งรายการ เนื่องจากต้องการให้กลุ่มเป้าหมายเห็นสินค้าได้อย่างชัดเจนที่สุดและเห็นรายละเอียดต่างๆของสินค้าอย่างครบถ้วนก่อนการตัดสินใจซื้อ และ คอยเจาะลึกรายละเอียดตามที่ Cast หรือ Guests พูดถึงจุดต่างๆของสินค้า ความสวยงามของสินค้า



ภาพที่ 4.19 Camera 1 Show Jewelry

ใน Show Jewelry กล้อง 2 จะเป็นกล้องที่มีการ Move น้อยที่สุดเป็นกล้องที่คอยควบคุม Show ในการจับภาพรวมของ Show หรือการจับกว้างให้เห็นทั้ง Show เพื่อป้องกันการผิดพลาดของกล้องอื่นๆที่ไม่สามารถจับสินค้า หรือ เกิดข้อผิดพลาดในบางกรณีเช่น การจับภาพสินค้าของกล้อง1 ที่อยู่บนฐานแล้วCast ต้องการที่จะหยิบสินค้าขึ้นมา จะต้องตัดเข้ากล้อง 2 เพื่อให้กล้อง1 ตามสินค้าได้ทัน



ภาพที่ 4.20 Camera 2 Show Jewelry

หน้าที่หลักๆของกล้อง3 เป็นการจับภาพรวมของ Model ที่สวมใส่สินค้าออกมาให้เห็นเต็มลูก เพื่อเพิ่มการประกอบการตัดใจซื้อเพราะกลุ่มเป้าหมายที่รับชมนั้นสามารถให้ได้ว่าเครื่องประดับหรือสินค้าชิ้นนี้ สามารถใส่ให้เข้ากับเสื้อผ้าแบบไหนได้บ้างและเหมาะสมกับเสื้อผ้าแบบไหน ในบางครั้งถ้า Cast สวมใส่สินค้ากล้อง3จะต้องทำการ Move กลับไปช่วยกล้อง1 รับ Cast เพื่อให้ได้เห็น



สินค้าอย่างชัดเจน

ภาพที่ 4.21 Camera 3 Show Jewelry

กล้อง 4 จะมีหน้าที่คล้ายๆกับกล้อง 3 คือการถ่าย Model แต่จะเป็นการถ่ายที่เน้น สินค้าเป็นหลักไม่เน้นเสื้อผ้าที่ใส่แต่จะเป็นการ insert สินค้าในตอนสวมใส่มากกว่าเพราะ มีกล้อง 3 ที่จับภาพกว้างแล้วดังนั้นกล้อง 4 จะต้องเล่นแคบ เพื่อให้เห็นถึงสินค้าในเวลาสวมใส่ได้อย่างชัดเจน



ภาพที่ 4.22 Camera 4 Show Jewelry

ในส่วนของ Camera2 จะทำหน้าที่เหมือนกันในทุกประเภท Show คือการถ่ายภาพรวมของ Show หรือถ่ายมุมกว้างดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 4.23 Camera 2 Show H&E



ภาพที่ 4.24 Camera 2 Show Fashion



ภาพที่ 4.25 Camera 2 Show Beauty

เพื่อป้องกันการเกิดเหตุการณ์ต่างๆที่จะทำให้กล้องอื่นๆไม่สามารถจับภาพสินค้าได้หรือเป็นการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างรวดเร็วจะทำให้ต้องตัดเข้ากล้อง 2 เพื่อให้กล้องอื่นๆสามารถตามสินค้าได้ทัน

Camera 1และ3 Fashion, BeautyและHome & Electronics

การถ่ายCamera 1และ3 ในShow Fashion, BeautyและHome & Electronics นั้น จะหน้าที่คล้ายกันทั้ง2 กล้องจะสลับสับเปลี่ยนการถ่ายไปเรื่อยๆตามสถานการณ์เพราะบางครั้งกล้อง1 จับสินค้าอยู่ในมุมกว้างกล้อง3ก็จะเข้าไปเจาะลึกรายละเอียดสินค้าแทนแต่กลับกันเมื่อกำลัง3 จับสินค้าในมุมกว้างกล้อง1ก็จะเข้าไปดูสินค้าในมุมแคบแตกต่างกันที่กล้อง3จะต้องMoveกลับไปปรับModel ในฉากเปิด Model ทุกครั้งเพราะฉะนั้นกล้อง1 จะต้องเลี้ยงFrameให้สมดุลคือการถ่ายมุมแคบก็จะประคองFrameออกมาในมุมกว้างหรือการถ่ายเพียงกล้องเดียวโดยมีกล้อง2คอยช่วยในการตัดฉากออกเพื่อจะส่งให้Modelที่กล้อง3ต้องไปปรับในฉากเปิดModel ในมุมกว้างหรือภาพรวมของModel ยกเว้น Show Beauty และ H&E ที่ไม่มี Model ซึ่งจะมีหน้าที่ที่แตกต่างกันออกไป ในกรณี Show Beautyนั้น กล้อง1,2และ3จะต้องMove ทั้งหมดแต่ยังคงถ่ายในรูปแบบเดิมตลอดคือการMove ฉากไปหาDemonหรือผู้ใช้จริง แต่ถ้าเป็นShow H&E กล้อง1และ3จะช่วยกล้อง4ที่มีหน้าที่หลักในการinsertสินค้าแทนเพราะไม่มี ModelและDemon



ภาพที่ 4.26 Show H&E Camera1



ภาพที่ 4.27 Show Fashion Camera1



ภาพที่ 4.28 Show H&E Camera 3

Camera 4 Fashion, Beauty และ Home & Electronics

การถ่าย Camera 4 จะเป็นกล้องคอยถ่ายสินค้าเป็นหลักหรือการ insert สินค้า ไม่ว่าจะเป็น Fashion, Beauty และ H&E จะเป็นกล้องที่เน้นแต่สินค้าในการถ่าย Fashion ก็จะแคบแต่สินค้าเพราะกล้อง 3 ถ่ายกว้างและภาพรวมในการถ่าย Model ส่วน Show Beauty และ H&E นั้นจะแยกตัวออกมาถ่าย Insert สินค้าเพียงอย่างเดียวเป็นกล้องหลักในการถ่าย Insert



ภาพที่ 4.29 Show Beauty Camera 4



ภาพที่ 4.30 การถ่าย Insert สินค้าใน Show Beauty

ในการเตรียม Show แต่ละประเภทของรายการ Shop CH แบ่งออกได้เป็น 4 ประเภทหลักๆ ดังนี้

1. Show Jewelry
- 2 .Show Fashion
- 3.Show Beauty
- 4.Show Home & Electronics

ซึ่งมีความแตกต่างกันในแต่ละประเภท Show การเตรียม Show นั้นมีความสำคัญอย่างมากในการกำหนดทิศทางหรือรูปแบบการนำเสนอ Show ให้ออกมาในทิศทางใดจะต้องมีการพูดคุยกันระหว่าง SP กับทีมงานทุกฝ่ายให้เข้าใจตรงกันเพื่อให้ Show ออกมาได้ตรงตามความต้องการของทั้ง 2 ฝ่าย เพราะบ้างกรณีที่ไม่สามารถเปิด Show ในแบบที่ SP ต้องการได้เช่น การเปิด Model ใน Show แรกนั้นไม่สามารถทำได้เนื่องจาก Model ไม่สามารถมา Stand by ได้ทันเวลาจึงต้องมีการ P-Show ในทุกครั้ง เพราะ Show แต่ละ Show แตกต่างกันไป ช่วงภาพจะต้องคอยหาเฟรมหรือมุมกล้องตามความต้องการของ SP เนื่องจากการ P-Show จะเป็นการเตรียม Show ทั้งหมดในแต่ละช่วงไม่ใช้การ P-Show/Show จึงทำให้เมื่อ Show แรกใกล้จะจบกล้องที่ไม่มีส่วนในการดำเนินรายการจะต้อง Move ไปในฉากถัดไปเพื่อไปตั้งกล้องเตรียมการถ่ายอย่างเรียบร้อยเพราะเวลาในการ

เปลี่ยน Show แต่ละ Show มีเวลาที่จำกัดเพียง 40 วินาทีเท่านั้นไม่สามารถผลิตพลาดได้เนื่องจากเป็นรายการสด

หน้าที่ของช่างภาพนั้นในการถ่ายทำรายการแต่ละ Show หน้าที่ของกล้องก็จะแตกต่างกันออกไปไม่ว่าจะเป็น Camera 1 - Camera 4 ยกเว้นเพียง Camera 2 ที่จะมีรูปแบบเดิมในการถ่ายคือจับมุมกว้างหรือภาพรวมของ Show เอาไว้เสมอเนื่องจากป้องกันการเกิดเหตุการณ์ที่คาดไม่ถึงเพื่อสามารถตัดเข้า Camera 2 ได้ทันเช่น การถ่าย Show Jewelry Camera 1 ที่กำลังจับสินค้าในมุมแคบอยู่แล้ว Cast ยิบสินค้าขึ้นมาใส่เองทำให้ต้องตัดเข้า Camera 2 เพื่อป้องกันไม่ให้สินค้าหลุดหายไปจากหน้าจอทีวี พอ Camera 1 สามารถตามสินค้าทันก็จะตัดกลับไปอยู่ที่ Camera 1 ต่อไป ในแต่ละ Show ความสำคัญของ Camera ทุกตัวจะมีหน้าที่ที่แตกต่างกันไป ใน Show Jewelry Camera 3 และ Camera 4 จะคอย Stand by ไว้ที่ Model เสมอเนื่องจากการดำเนินรายการจะต้องมีการสวมใส่และทดลองให้ผู้ชมได้เห็นในภาพรวมและมุมแคบได้อย่างชัดเจน



บทที่ 5

สรุปผลการปฏิบัติงาน

5.1 สรุปผลรายงาน

การที่ผู้จัดได้เข้าการฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาที่ บริษัท ยู.เอวีไอที จำกัด มหาชน มาตั้งแต่วันที่ 15 พฤษภาคม 2562 ถึงวันที่ 30 สิงหาคม 2562 ระยะเวลาการฝึกงาน ทั้งหมด 16 สัปดาห์ ครั้งนี้ได้ฝึกงานกับฝ่ายช่างภาพของบริษัท ยู.เอวีไอที จำกัด มหาชน ทำให้ทราบถึงรายละเอียดและวิธีการต่างๆ ในการปฏิบัติงานการถ่ายภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวในการโฆษณาของรายการขายสินค้า Shop CH Thailand ทางบริษัทให้ความสำคัญกับการดำเนินรายการขายสินค้าที่เป็นรายการสด ที่มุ่งเน้นการขายสินค้าเป็นหลักและได้รับเทคนิคต่างๆ ในการถ่ายสินค้าให้ออกมาดูน่าเชื่อถือมากที่สุดจากมืออาชีพของ บริษัท ยู.เอวีไอที จำกัด มหาชน ทั้งนี้ผู้จัดทำรายงานได้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการถ่ายภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวในงานโฆษณาของรายการ Shop CH

เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของการโฆษณาสินค้าของรายการ Shop CH Thailand และผลประโยชน์สูงสุดแก่บริษัทในช่องทางการขายสินค้าตามสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อ ออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ ได้ทำการเผยแพร่ตั้งแต่วันที่ 15 พฤษภาคม 2562 ถึงวันที่ 30 สิงหาคม 2562

5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจ

การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาระยะเวลา 16 สัปดาห์ ได้ฝึกงานกับฝ่ายช่างภาพของบริษัท ยู.เอวีไอที จำกัด มหาชน เรียนรู้ถึงระบบและขั้นตอนต่างๆ ในการถ่ายทำรายการขายสินค้าของช่อง Shop CH ได้เรียนรู้รูปแบบการดำเนินรายการในประเภทต่างๆ ที่มีความแตกต่างกันและมีความหลากหลายของสินค้าที่จะต้องรับมือในการถ่ายและความคุม Show ให้ออกมาดีที่สุด รวมถึงการปฏิบัติงานจริงในวันแรกที่ได้รับมอบหมายในการดูรูปแบบการถ่ายทำของมืออาชีพใน Camera ต่างๆ ที่มีความแตกต่างและหน้าที่ที่ต่างกันไปในแต่ละ Show เรียนรู้ไปที่แต่ละส่วนและได้รับการอบรมจากหัวหน้าช่างภาพในแต่ละทีมให้มีประสิทธิภาพออกมาดีที่สุดในการทำงานและแนะนำวิธีรับมือกับสถานการณ์เฉพาะหน้าให้สามารถแก้ไขได้อย่างราบรื่น และค่อยๆ ขยับไปควบคุมกล้องต่างๆ ตามความเหมาะสมที่หัวหน้าช่างภาพไว้วางใจให้ผู้จัดทำรับผิดชอบได้เริ่มจาก Camera 2 และไปที่ Camera 3 ,Camera 4 และ Camera 1 ตามลำดับ

บรรณานุกรม

ธนชิต ระดังหิน. (2558). หลักการจัดองค์ประกอบภาพ. เข้าถึงได้จาก

http://www.research-system.siam.edu/images/DigitalMedia/DM0157/AJ.Pop/2557-2/01/05_ch2.pdf

(ม.ป.ป). ความสำคัญและที่มาของปัญหา. เข้าถึงได้จาก

<https://www.stou.ac.th/Stouonline/Lom/data/sms/market/Unit7/Subm1/U711-1.htm>

(ม.ป.ป). วัตถุประสงค์ของการโฆษณา. เข้าถึงได้จาก

<https://www.stou.ac.th/Stouonline/Lom/data/sms/market/Unit7/Subm1/U711-1.htm>

(ม.ป.ป). ความหมายและความสำคัญของการโฆษณา. เข้าถึงได้จาก

<https://sites.google.com/site/amptzee/khwam-hmay-khxng-khosna>

เขื่อนนารถ พันธุ์เพ็ง. (2548). ขั้นตอนการทำงานของช่างภาพโฆษณา. เข้าถึงได้จาก

<https://www.east.spu.ac.th/comm/admin/knowledge/A4023.pdf>

เขื่อนนารถ พันธุ์เพ็ง. (2548). ประเภทของการถ่ายเพื่อการโฆษณา. เข้าถึงได้จาก

<https://www.east.spu.ac.th/comm/admin/knowledge/A4023.pdf>



ภาคผนวก ก.

ภาพงานนอกเหนือจากตำแหน่งที่ได้รับ

1.งาน โรลสายไฟ

การโรลสายไฟช่วยช่างภาพในการถ่ายทำเนื่องจากต้องการให้เป็นระเบียบเรียบร้อยและป้องกันการเกิดอุบัติเหตุจากสายไฟพันขาในขณะที่ถ่ายทำในกรณีที่ต้องใช้การ Handheld ในการถ่ายทำรายการนั้นสำคัญอย่างมากเพราะช่างภาพจะไม่มีเวลาในการดูสายไฟและต้องเดินอยู่ตลอดเวลาจึงทำให้มีโอกาสเกิดอุบัติเหตุได้ง่ายจึงจำเป็นต้องมีผู้ช่วยในการโรลสายไฟให้ช่างภาพทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพและไม่ต้องกังวลเรื่องสายไฟ



ตัวอย่างรูปภาพการโรลสายไฟขณะกำลังถ่ายทำรายการนอกสถานที่



ตัวอย่างรูปภาพการโรตสายไฟขณะกำลังถ่ายทำรายการนอกสถานที่





ภาคผนวก ข.

ประวัติผู้จัดทำ



ชื่อ-สกุล : นายฐาพันธ์ กิระดิสุนทรกุล

รหัสนักศึกษา : 5804600317

คณะ : นิเทศศาสตร์

ภาควิชา: การโฆษณา

ที่อยู่ :101/510 หมู่บ้านปรีชา ถ. พุทธมณฑล

สาย 4 ต.กระทุ่มล้มอ.สามพราน จ.นครปฐม

73220

เบอร์โทร 081-9431091