

โครงการออกแบบสื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์สำหรับ
บริษัทไทยเฟรม แอนด์ แอคเซสโซรี จำกัด

โดย

นาย อรรถการ หนูหงษ์

ศิลปนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
ปีการศึกษา 2541

โครงการออกแบบสื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์สำหรับ บริษัทไทยฟาร์ม แอนด์ แอดเซสโซรี จำกัด



ศิลปนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
ปีการศึกษา 2541

คณะกรรมการตรวจและตัดสินศิลปนิพนธ์ ปีการศึกษา 2541

อาจารย์จรรยาศักดิ์	ธีระพานิช	ประธานกรรมการ
อาจารย์อนุชา	แสงสุขเอี่ยม	กรรมการ
อาจารย์ไพจิตร	โพธิ์ศรี	กรรมการ
อาจารย์สุรเชษฐ์	เจียรบุญเลิศรัตน์	กรรมการ
อาจารย์ไมตรี	ภาระหอม	กรรมการ
อาจารย์ปรีทัศน์	ทิพยากุล	กรรมการ
อาจารย์คงเดช	จตุรันต์ศรีศรี	กรรมการ
อาจารย์สิทธิเดช	ชัยประเสริฐ	กรรมการ
อาจารย์ธีรวัฒน์	พจน์วิบูลศิริ	กรรมการ
อาจารย์สุริยา	รัตนวงศ์กุล	กรรมการ
อาจารย์พรณเจริญ	วนแสงสกุล	กรรมการ/เลขานุการ
อาจารย์อานัน	อินทรีชัย	กรรมการ/เลขานุการ



สาขานิเทศศิลป์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต

(กราดา อานันท์ ปรีชาวุฒิ)
คณบดีคณะนิเทศศาสตร์



(อาจารย์ขจรศักดิ์ ถิระพานิช)
หัวหน้าสาขาวิชานิเทศศิลป์

(อาจารย์ธีรวัฒน์ พจน์วิบูลศิริ)
อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการศิลปนิพนธ์

คำนำ

เนื่องจากเวลาที่ผ่านมา นักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์สาขาวิชานิเทศศิลป์ ได้ทำการศึกษาจนถึงภาคการศึกษาสุดท้าย ซึ่งนักศึกษาทุกคนต้องทำศิลปนิพนธ์ชิ้นมาคนละหนึ่งโครงการ ซึ่งแต่ละคนต้องนำเสนอโครงการที่ตนเองสนใจจะทำ โดยโครงการนั้นๆจะต้องเป็นโครงการที่น่าสนใจ เป็นประโยชน์และได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ ซึ่งเป็นคณะอาจารย์ในภาควิชานิเทศศาสตร์ นักศึกษาแต่ละคนต้องนำเสนอโครงการของตนเองตลอด 2 ภาคการศึกษา ภาคการศึกษาแรก 3 ครั้ง และภาคการศึกษาที่สอง 4 ครั้ง เพื่อให้คณะกรรมการได้พิจารณารายละเอียดของโครงการในจุดต่างๆ เช่น ความสำคัญของโครงการ วัตถุประสงค์และการที่ได้นำความรู้ต่างๆที่ได้เรียนมามานำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการทำศิลปนิพนธ์และจะได้เป็นการฝึกฝนก่อนที่จะได้ไปทำงานจริงเมื่อจบการศึกษา

ดังนั้น รายงานฉบับนี้จึงนำเสนอโครงการหนึ่งในอีกหลายโครงการที่ได้นำเสนอต่อคณะกรรมการ เป็นโครงการออกแบบสื่อทางคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ตที่มีเดีย) โดยออกแบบให้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอดเซสโซรี จำกัด

สาเหตุในการเลือกทำโครงการนี้ เนื่องจากต้องการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นในผู้ที่มีการแข่งขันกันมากขึ้น โดยจะใช้สื่อทางคอมพิวเตอร์ เพื่อแสดงให้เห็นถึงความทันสมัยและก้าวตามยุคสมัยของบริษัท ซึ่งเป็นการนำเสนอที่แปลกใหม่ที่ยังไม่เคยมีบริษัทใดในสาขางานเดียวกันทำมาก่อน โดยรายงานฉบับนี้จะรวบรวมข้อมูล เนื้อหาและเรื่องราวต่างๆที่เป็นประโยชน์ในการทำศิลปนิพนธ์โดยพยายามครอบคลุมเนื้อหาให้มากที่สุดและจัดเรียบเรียงให้ง่ายต่อการเข้าใจเพื่อเป็นประโยชน์แก่บุคคลทั่วไปและนักศึกษาในรุ่นหลังๆได้ใช้เป็นข้อมูลในการศึกษาต่อไป

อรธการ หนูพงษ์
นักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์
สาขาวิชานิเทศศิลป์
ชั้นปีที่ 4

มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
SINCE 1969

บทคัดย่อ

เพื่อศึกษาถึงวิธีการสร้างงานอินเตอร์แอคทีฟ (Interactive) ในการโฆษณา ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ใหม่และเข้ามามีบทบาทและได้รับความนิยมทั้งในประเทศและต่างประเทศประกอบกับความคิดส่วนตัวว่าต้องการสร้างงานที่มีความแปลกใหม่และไม่เคยมีใครทำมาก่อนตลอดระยะเวลา4ปีที่ศึกษาในคณะนิเทศศิลป์ จึงได้ตัดสินใจเลือกงานอินเตอร์แอคทีฟโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) ในการสร้างงานและได้หาความรู้เพิ่มเติม

เนื่องจากปัจจุบันประเทศไทยได้ประสบปัญหาเศรษฐกิจที่ตกต่ำทำให้หลายบริษัทได้รับผลกระทบดังกล่าวด้วย จึงจำเป็นต้องโฆษณาและประชาสัมพันธ์เพื่อให้คนรู้จักมากขึ้น เนื่องจากเดิมนั้นบริษัทไทยเฟรมได้ใช้การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบการร่วมงานแสดงสินค้าตามสถานที่ต่างๆเท่านั้น และได้ประสบปัญหาคือมีบุคคลได้ให้ความสนใจเข้าชมในบูธของบริษัทเป็นจำนวนมาก แต่บุคคลที่เป็นประชาสัมพันธ์ในบูธไม่มีเพียงพอที่จะให้ข้อมูลและรายละเอียดของบริษัทต่อผู้สนใจได้ทั้งหมด จึงมีแนวความคิดที่จะหาสื่อที่จะให้ข้อมูลและรายละเอียดดังกล่าวได้โดยไม่ต้องอาศัยบุคคลที่เป็นประชาสัมพันธ์เพิ่ม โดยอาศัยสื่อทางคอมพิวเตอร์ (Touch on screen) ที่มีอยู่ทั่วไปตามห้างสรรพสินค้าซึ่งสามารถให้ข้อมูลต่างๆได้เป็นอย่างดี

แนวความคิดในการออกแบบงานอินเตอร์แอคทีฟ (Interactive) คือ ต้องการสื่อให้เห็นถึงคุณภาพของสินค้าและบริษัท ว่างานทุกอย่างของบริษัทที่ผ่านมามีคุณภาพ รวมถึงความคิดใหม่ๆในการออกแบบงานและมีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยอยู่เสมอ พร้อมทั้งพัฒนาเทคโนโลยีตลอดมา เพื่อให้ได้สินค้าที่ดีที่สุดและหลากหลายที่สุด จึงพยายามออกแบบองค์ประกอบ (Layout) ของงานมัลติมีเดีย(Multimedia)ให้ดูทันสมัย แต่ยังคงเรียบง่ายดูน่าเชื่อถือ และสื่อประเภทนี้ยังช่วยให้ภาพลักษณ์ของบริษัทดูทันสมัยอยู่เสมอไม่มีการหยุดอยู่กับที่ ซึ่งในขั้นแรกต้องมีการศึกษาถึงข้อมูลต่างๆของบริษัทเพื่อต้องการทราบถึงภาพลักษณ์ในอดีตที่บริษัทได้ตั้งไว้และกลุ่มเป้าหมาย ฯลฯ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้เป็นประโยชน์มากเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบ หลังจากนั้นก็สามารถกำหนดแนวทางการออกแบบและออกแบบองค์ประกอบพร้อมทั้งพยายามหาสิ่งที่แปลกใหม่จากงานอินเตอร์แอคทีฟ (Interactive) ทั่วไป คือ มอนิเมชัน (Animation) ระหว่างหน้าหนึ่งเปลี่ยนไปยังอีกหน้าหนึ่ง ซึ่งโดยทั่วไปจะเปลี่ยนไปเลยหลังกดปุ่ม ทำให้ดูน่าค้นหาและดึงดูดให้คนอยากเข้าไปดูพร้อมทั้งเสียงดนตรีประกอบที่ทำให้ไม่รู้สึกรำเื่อเมื่อดูข้อมูลต่างๆ

เนื่องจากเป็นสิ่งที่ใหม่และเริ่มจะศึกษาได้ไม่นาน ดังนั้น ปัญหาที่ประสบคือ ปัญหาทางด้านเทคนิค ประสบการณ์ และทักษะต่างๆที่อาจจะยังไม่ถนัดเท่าที่ควร การหาความรู้เพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลหรือบุคคลต่างๆจึงมีความสำคัญมากต่อการศึกษาของโครงการ ปัญหาด้านอุปกรณ์การทำงานต่างๆที่ยังไม่เหมาะสมที่จะสร้างงานมัลติมีเดีย (Multimedia) จึงต้องซื้อและยืมจากบุคคลต่างๆที่มีอุปกรณ์ซึ่งได้รับความร่วมมืออย่างดีมากทุกฝ่าย ปัญหาต่างๆเหล่านี้จะไม่มีผลมาหยาเลยเมื่อเทียบกับความรู้ใหม่ๆที่จะได้รับจากการทำงาน ซึ่งความรู้และประสบการณ์เหล่านี้จะเป็นประโยชน์มากในการทำงานในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

เนื่องจากโครงการออกแบบอินเตอร์แอคทีฟ (Interactive) ในครั้งนี้เป็นโครงการออกแบบศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบในลักษณะของการทำงานจริง ดังนั้น เนื่องจากขาดประสบการณ์ในการทำงานจริงในขอบเขตที่จำกัดจึงเกิดปัญหาทั้งที่สามารถแก้ไขได้และไม่สามารถแก้ไขได้ ดังนั้น จึงต้องแก้ปัญหาโดยการสอบถามจากผู้มีประสบการณ์และบุคคลต่างๆ โดยในที่นี้จึงขอกล่าวขอบคุณสำหรับผู้อนุเคราะห์ทางด้านข้อมูล เทคนิค และสิ่งต่างๆที่เป็นประโยชน์ในการทำโครงการ โดยมีรายชื่อผู้มีอุปการะคุณดังนี้

อาจารย์ธีรวัฒน์	พจนวิบูลศิริ
อาจารย์สุรเชษฐ์	เชียรบุญเลิศรัตน์
อาจารย์พรรณเจริญ	วนแสงสกุล
อาจารย์อวีน	อินทร์นัย
นางสาวรวิน	เอื้ออัครวงษ์
บริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอคเซสโซรี จำกัด	

ท้ายนี้ขอขอบคุณผู้ที่ให้ความช่วยเหลือทางด้านต่างๆที่มีได้ระบุชื่อไว้ ณ ที่นี้ ไม่ว่าจะเป็นผู้ให้คำแนะนำต่างๆในเรื่องการออกแบบความคิดเห็น และช่วยเหลือทั้งกำลังกายและศุขขอให้กำลังใจ ซึ่งงานนี้จะสำเร็จไม่ได้เลยถ้าขาดบุคคลเหล่านี้

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
คำนำ	ก.
บทคัดย่อ	ข.
กิตติกรรมประกาศ	ค.
บทที่ 1 บทนำ	
ที่มาและความสำคัญของโครงการที่จะศึกษา	1.
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	1.
ขอบเขตการศึกษา	1.
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	1.
บทที่ 2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องและบทสรุปวิเคราะห์	
ข้อมูลทางการตลาด	2.
ข้อมูลทางการออกแบบ	8.
บทที่ 3 การดำเนินงาน	
ตารางการทำงานตลอดปีการศึกษา	10.
ภาพร่างขอบในภาคการศึกษาที่ 1	12.
ภาพแบบร่างเบื้องต้นในภาคการศึกษาที่ 2	28.
ภาพแบบร่างสมบูรณ์ในภาคการศึกษาที่ 2	30.
ภาพแบบจริงครั้งแรกหนึ่งในภาคการศึกษาที่ 2	38.
บทที่ 4 ผลงานการออกแบบ	
ภาพแบบจริงในภาคการศึกษาที่ 2	55.
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	72.
บรรณานุกรม	73.
ภาคผนวก	74.

บทที่ 1

บทนำ

1. ที่มาและความสำคัญของโครงการที่จะศึกษา

บริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอคเซสโซรี จำกัด เป็นบริษัทที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทยในสายงานการผลิตของจั่ววยและอะไหล่เครื่องหนัง ซึ่งเริ่มก่อตั้งขึ้นในปีพุทธศักราช 2519 โดยเริ่มจากโรงกลึงโลหะเล็กๆในย่านคลองสาน ต่อมาได้มีการศึกษาขั้นตอนและเครื่องมือในด้านการชุบโลหะ และได้นำความรู้เหล่านั้นมาพัฒนาการผลิตสินค้าเรื่อยมา จนในที่สุดได้มีการเปลี่ยนแปลงและขยายกิจการจากกิจการเล็กภายในครอบครัวมาเป็นกิจการแบบอุตสาหกรรมเมื่อ 10 ปีที่ผ่านมา โดยได้เปลี่ยนโรงงานที่คลองสานนั้นมาเป็นสำนักงาน และได้ย้ายโรงงานไปตั้งใหม่อยู่ที่จังหวัดนครปฐม ซึ่งตอนนี้มีพนักงานทั้งหมดประมาณ 300 คน

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 2.1 เพื่อนำความรู้ทางด้านการออกแบบมาประยุกต์ใช้ในงานอินเตอร์แอคทีฟมีเดีย
- 2.2 เพื่อศึกษาและออกแบบสื่อโฆษณาทางคอมพิวเตอร์ (อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย) และนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานในอนาคต

3. ขอบเขตการศึกษา

อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย

4. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 4.1 สามารถนำความรู้ทางด้านการออกแบบมาใช้งานอินเตอร์แอคทีฟมีเดีย
- 4.2 สามารถออกแบบสื่อโฆษณาทางคอมพิวเตอร์ (อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย) เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานในอนาคต

บทที่ 2

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องและบทสรุปวิเคราะห์

1. ข้อมูลทางการตลาด

1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือองค์กรที่ศึกษา

- Brand/Logo



- Background

บริษัทนี้ก่อตั้งขึ้นเมื่อปีพุทธศักราช 2519 โดยเริ่มจากโรงกลึงโลหะเล็กๆในย่านคลองสาน ต่อมา ได้มีการศึกษาขั้นตอนและเครื่องมือในด้านการชุบโลหะ และได้นำความรู้เหล่านั้นมาพัฒนาด้านการผลิตสินค้าเรื่อยมา จนในที่สุดได้มีการเปลี่ยนแปลงและขยายกิจการจากกิจการเล็กภายในครอบครัวมาเป็นกิจการแบบอุตสาหกรรมเมื่อ 10 ปีที่ผ่านมา โดยได้เปลี่ยนโรงงานที่คลองสานนั้นมาเป็นสำนักงาน และได้ย้ายโรงงานไปตั้งใหม่อยู่ที่จังหวัดนครปฐม ซึ่งตอนนี้มีพนักงานทั้งหมดประมาณ 300 คน

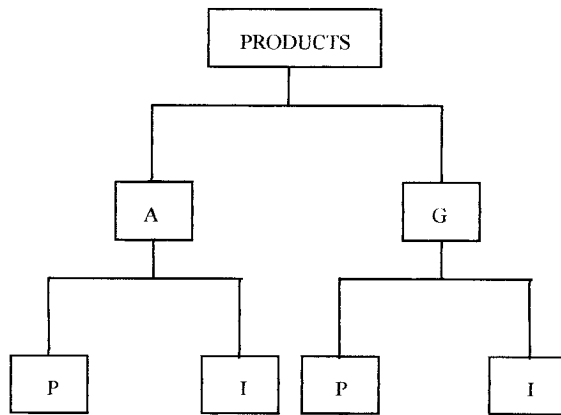
- Product features

สินค้าส่วนใหญ่จะผลิตจากโลหะและนำไปชุบเป็นทอง เงิน นิกเกิล ฯลฯ แต่จะมีบางครั้งที่ใช้วัสดุอย่าง อื่น เช่น ไม้ พลาสติก ฯลฯ ซึ่งวัสดุประเภทนี้ต้องจ้างบริษัทอื่นผลิตให้ ทำให้ต้นทุนการผลิตและราคาสูง

- Price/Pricing levels

ของชำร่วยจะมีราคาอยู่ที่	15-1000 บาท/ชิ้น
อะไหล่เครื่องหนังราคาอยู่ที่	5-70 บาท/ชิ้น

- Product type



AC = อะไหล่เครื่องหนัง

G = ของชำร่วย

P = สินค้าที่โรงงานผลิตเอง

I = สินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ

- Product range

ประเภทสินค้าอะไหล่เครื่องหนัง

L = ชุดป้ายโลโก้

B = ชุดหัวเข็มขัด + ข้อต่อเข็มขัด

S = ชุดห่วง

- ห่วงกุญแจ
- ห่วงเข็มขัด
- ห่วงสายกระเป๋า

N = ชุดน๊อต

H = ขอบใหญ่

P = ขอบเล็ก

M = กระดุม

C = ชุดมุม + ปลายหางเข็มขัด

T = ชุดไต้บาร์ + เข็มกลัด

Z = ชุดหางจับ + พู่ห้อยกระเป๋า

ประเภทสินค้าของชำร่วย

S = ชุดสเตชันเนอร์

N = ดกลีบบัตร

P = ปากกา

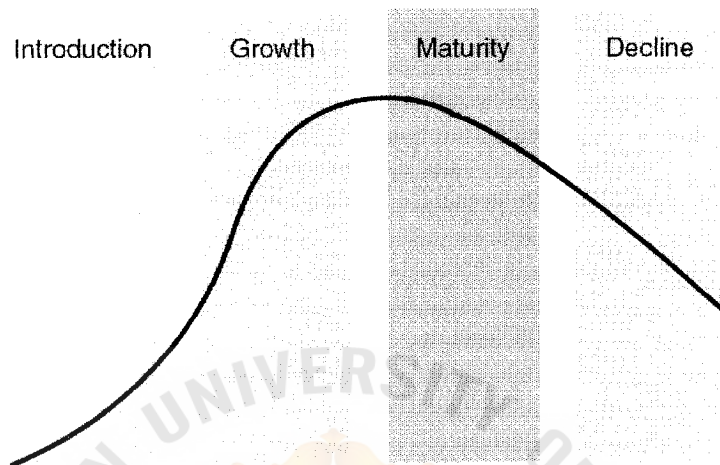
W = นาฬิกา

K = พวงกุญแจ

D = ไดอरी

B = กระเป๋า

- Product life cycle



- Product's peak selling season

ของข้าวสวย จะอยู่ในช่วงปลายปีถึงต้นปีถัดไป เพราะเป็นช่วงปีใหม่
อะไหล่เครื่องหนัง จะอยู่ในช่วงก่อนสิ้นปี เพราะต้องเอาของไปผลิตต่อเพื่อขายในช่วงปีใหม่

- Past advertising budget 3-5 years

Budget ประมาณ 5 ล้านบาทต่อปี

Timing Pattern

1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่ง

- Competitor

บริษัท ว.พรสินธ์

- Competitor price

สินค้าส่วนมากจะถูกกว่าของบริษัทไทยเฟรม ประมาณ 20%

- Competitor image

เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน ลูกค้าจะมองในเรื่องราคา ทำให้ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าที่มีราคา
ถูกโดยไม่คำนึงถึงคุณภาพของสินค้า

- Competitor activities

1. มีการออกบูทแสดงสินค้าตามสถานที่ต่างๆ
2. มีการส่ง Direct mail ไปถึงลูกค้าเก่าๆ

1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับตลาด

- Marketing objective

ต้องรักษาลูกค้าเก่าไว้ และในขณะเดียวกันก็พยายามเข้าสู่ตลาดใหม่ เช่น อ่องกง , มาเลเซีย เป็นต้น

- Market strategy

Product	สินค้าทุกชิ้นมีคุณภาพและเชื่อถือได้
Promotion	มีการออกงานแสดงสินค้าต่างๆ เพื่อให้ลูกค้ารู้จักมากขึ้น

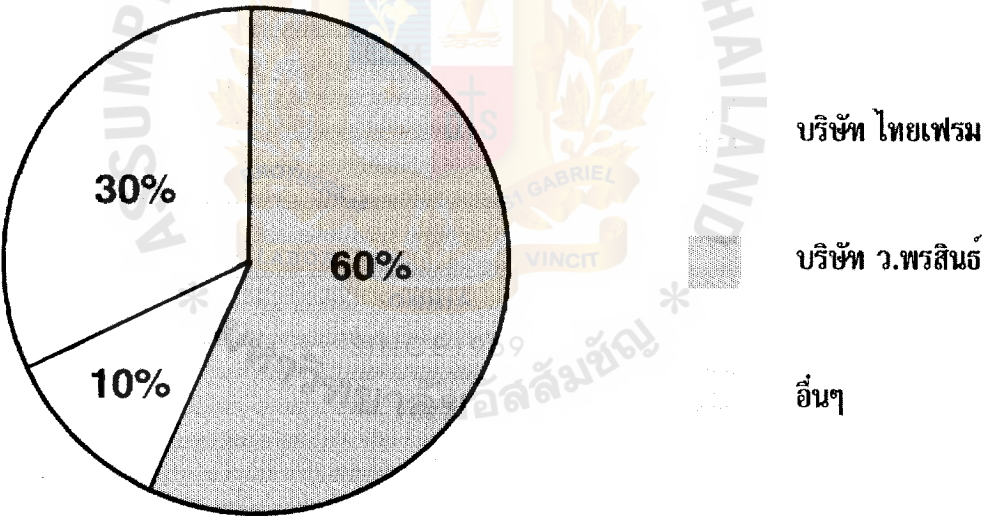
- Budget

งบประมาณในการโฆษณาในปีนี้ประมาณ 4 แสนบาท ซึ่งลดลงจากปีก่อน เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน

- Market size

ประมาณ 200 ล้านบาท

- Market share



- Marketing trend

ในปีนี้มีแนวโน้มลดลงตามสภาพเศรษฐกิจที่แย่ ทำให้ทุกคนต้องประหยัดไม่ซื้อสินค้าฟุ่มเฟือย

- Distribution channel

- ขายตรงกับลูกค้า โดยลูกค้ามาเลือกแบบและสั่งผลิตโดยใช้โลโก้ของลูกค้าเอง
- ออกงานแสดงสินค้า

- Product launch

ของชำร่วย จะออกทุกต้นปี
อะไรที่เครื่องหนัง แล้วแต่ Order ที่ลูกค้าสั่ง

1.4 ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภค

Demographic

- Sex ทุกเพศ
- Age ตั้งแต่ 25-60 ปี
- Race ทุกเชื้อชาติ
- Income group รายได้ตั้งแต่ 10000 บาทขึ้นไป
- Profession นักธุรกิจ
- Marital status โสดและแต่งงานแล้ว
- Geographic area ในเมือง

Psychographic

- Life style
- เป็นคนที่ต้องพบปะและติดต่อกับผู้คนอยู่เสมอในด้านธุรกิจหรือชีวิตส่วนตัว และเป็นคนที่ห่วง
- ภาพพจน์ของ
- ตัวเอง จึงจำเป็นต้องหาบางสิ่งบางอย่างเพื่อให้ผู้อื่นมองเขาในฐานะ มีบุคลิกที่น่าเชื่อถือ น่าจะทำธุรกิจด้วย
- Buying habit
- เนื่องจากเป็นสินค้าประเภทฟุ่มเฟือย และไม่จำเป็นในชีวิตประจำวัน จึงจำเป็นต้องเน้นทางด้าน
- การออกแบบเป็นหลัก เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าอยากจะซื้อสินค้า เพราะฉะนั้นพฤติกรรมของการซื้อของผู้บริโภคจะขึ้นอยู่กับอารมณ์และความรู้สึกของผู้บริโภคเอง
- Attitude toward product
- ทัศนคติของลูกค้ามีส่วนมากจะมองว่าสินค้าของบริษัทนี้ดีและมีคุณภาพคุ้มกับเงินที่เสียไป

1.5 การวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อดี ข้อเสียของส่วนประกอบการตลาดกับคู่แข่งชั้นทางการตลาด

4P	บริษัทไทยฟรเม	บริษัท ว.พรสิทธิ์
Product	เน้นด้านการออกแบบ และคุณภาพผลิตภัณฑ์	เน้นปริมาณการผลิตมากกว่า คุณภาพ
Price	ค่อนข้างสูง เพราะใช้วัตถุดิบ ที่มีคุณภาพ และขั้นตอนการทำที่ ประณีต	ราคาถูกถ้าสั่งเป็นจำนวนมาก
Place	678 ถนนเจริญรักษ์ คลองสาน กรุงเทพ	สุภาเซ็นเตอร์ ป้อมปราบ กรุงเทพ
Promotion	งานแสดงสินค้าต่างๆ	งานแสดงสินค้าต่างๆ

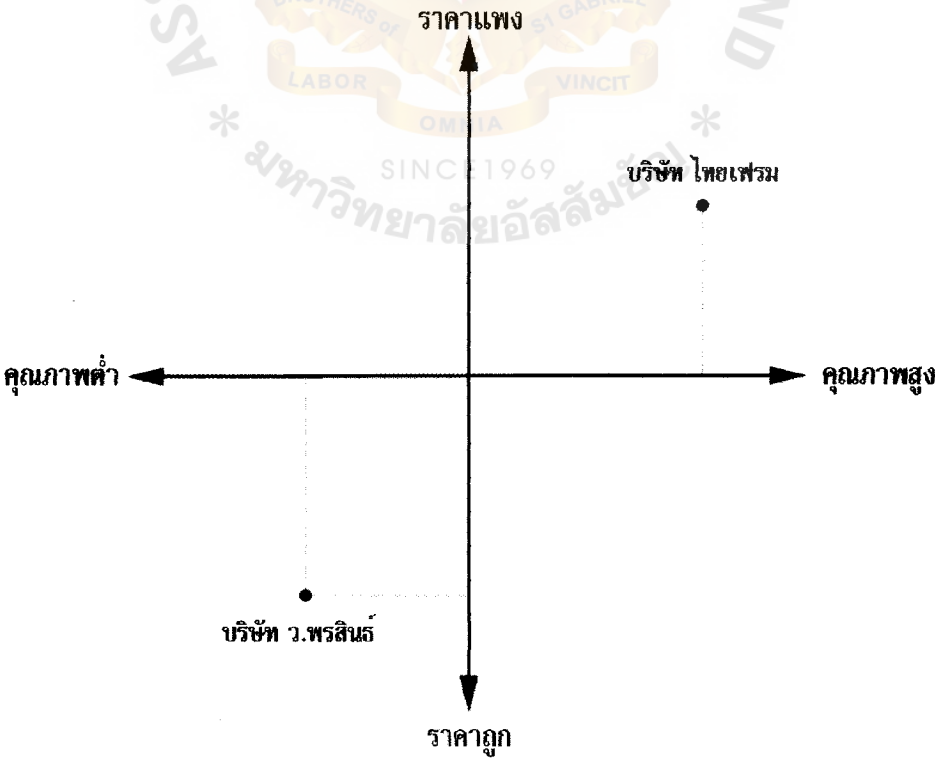
1.6 การวิเคราะห์เปรียบเทียบสถานการณ์การตลาดกับคู่แข่งขึ้นทางการตลาด (SWOT Analysis)

SWOT	บริษัทไทยเฟรม	บริษัท ว.พรสินธ์
Strength	คุณภาพสินค้าที่ดี	ราคาถูก
Weakness	ราคาสูง	คุณภาพต่ำ
Opportunity	ภาพลักษณ์ที่ดี	สภาพเศรษฐกิจที่แย่
Treat	สภาพเศรษฐกิจที่แย่	ภาพลักษณ์ที่แย่

1.7 จุดขายของผลิตภัณฑ์

จุดขาย คือสินค้าต้องมีความประณีต และมีการออกแบบที่ทันสมัย สวยงาม และขายอยู่ในเฉพาะตลาดบน โดยไม่ขายในตลาดล่างเพราะจะทำให้ภาพพจน์ของบริษัทเสีย

1.8 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์



2. ข้อมูลทางการออกแบบ

2.1 ข้อมูลพื้นฐานทางการออกแบบ

หลักการออกแบบข้อมูลนั้นมีด้วยกัน 2 แบบนั่นคือ

แบบที่ 1 ข้อมูลแบบเข้าหาทางตรง เป็นรูปแบบพื้นฐานของมัลติมีเดียที่มีหน้าจอหลักอยู่เพียงหน้าจอเดียว ข้อมูลจะเปลี่ยนไปเรื่อยๆ ภายในขอบเขตหรือกรอบข้อมูลที่กำหนดโดยมีตัวนำทางสำหรับผู้ดูเลือก ซึ่งตัวนำทางนี้อาจเป็นปุ่ม ข้อความหรือกราฟิกก็ได้ และเมื่อผู้ดูไม่ต้องการดูข้อมูลต่อไปแล้วก็จะมิตัวนำทางสำหรับผู้ดูกลับมายังหน้าจอเริ่มต้นเหมือนเดิม มัลติมีเดียแบบเข้าหาทางตรงนี้เหมาะสำหรับนำไปใช้กับข้อมูลประเภทแคตตาล็อกแบบง่ายหรือนำเสนอแผนงานโดยทั่วไป

แบบที่ 2 ข้อมูลแบบเข้าหาได้หลายทิศทางเป็นรูปแบบมัลติมีเดียที่มีความซับซ้อนขึ้นกว่าแบบแรกโดยหน้าจอของแต่ละระดับชั้นข้อมูลจะเปลี่ยนไปเรื่อยๆ ผู้ดูสามารถเข้าหาข้อมูลในโปรแกรมนั้นได้ตลอดเวลาไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์ เสียง หรืออินเตอร์เน็ต ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ดูเป็นหลัก เพราะผู้ดูแต่ละคนจะมีความคิดและความต้องการที่แตกต่างกันออกไป

ซึ่งหากท่านยังใหม่สำหรับมัลติมีเดียควรเลือกใช้การออกแบบข้อมูลแบบเข้าหาทางตรงจะง่ายกว่าเพราะมีการใช้ตัวนำทางเพียงไม่กี่ตัว และไม่ซับซ้อนเท่าใดนัก หากเปรียบให้เห็นง่ายก็คล้ายกับคู่มือที่เอื้อมต่างนั่นเอง ในการออกแบบโครงสร้างข้อมูลท่านควรทำความเข้าใจกับรูปแบบต่างๆของมัลติมีเดียที่สามารถมีปฏิกิริยาตอบสนองกับผู้ดูได้เสียก่อน ซึ่งแบ่งออกเป็นรูปแบบหลักๆได้แก่

1. งานนำเสนอ
2. รายละเอียดสินค้า
3. การสอนด้วยคอมพิวเตอร์
4. เกมสคอมพิวเตอร์

หลักเกณฑ์การออกแบบที่ดี

มัลติมีเดียเป็นสื่อที่แตกต่างจากสื่ออื่นๆ เช่นวิดีโอ หนังสือ เพราะมีความสามารถในการโต้ตอบผู้ดู อีกทั้งยังรวมเอาคุณสมบัติที่ดีหลายๆสื่อเข้าไว้ด้วยกัน มัลติมีเดียจึงเป็นสื่อที่พิเศษที่สุด ซึ่งท่านจะสามารถเสาะหาและดูดซับข้อมูลจากที่ใดก็ได้ในมัลติมีเดียที่ดีทั้งหลายในพื้นฐานความต้องการของท่านเอง ในการสร้างโปรแกรมมัลติมีเดียขึ้น นักออกแบบต้องมีความคิดสร้างสรรค์ควบคู่ไปกับความสามารถในการพัฒนาโปรแกรม เนื่องจากมันเป็นสื่อที่ใช้การประสมประสานระหว่างวิทยาศาสตร์และศิลปะ

ขั้นตอนสำคัญในการออกแบบมัลติมีเดีย

การสร้างโปรแกรมมัลติมีเดียไม่ใช่เรื่องง่าย ต้องมีขั้นตอนในการวางโครงงานและพัฒนาหลายขั้น ซึ่งอาจเปรียบได้กับการผลิตหนังสือ การผลิตภาพยนตร์เรื่องหนึ่งทีเดียว สิ่งที่ดีที่สุดสำหรับสร้างงานมัลติมีเดีย คือเริ่มจากการเขียนบทเสียก่อน การเขียนบทเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมัลติมีเดีย ดังเช่นการสร้างภาพยนตร์ซักเรื่องหนึ่ง ซึ่งบทที่ว่านี้ควรกำหนดทั้งคำพูด การเล่าเรื่อง การแสดง เสียงและดนตรีที่จะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันของแต่ละฉาก สื่อที่สำคัญที่สุดสำหรับโปรแกรมมัลติมีเดียก็คือ สื่อการมองเห็น ดังนั้นการจัดองค์ประกอบที่ดีและน่าสนใจจึงเป็นวิธีดึงดูดผู้ดูได้ดีที่สุด

การเขียนบทพร้อมสตอรี่บอร์ดเป็นยุทธวิธีที่ดีมาก ไม่เพียงช่วยสื่อความคิดออกมาแต่ยังช่วยให้ผู้อื่นเห็นภาพตามด้วย และมันเป็นสิ่งสำคัญมากถ้าท่านต้องทำงานเป็นทีม ทำให้ความคิดนั้นชัดเจน

การสร้างโปรแกรมจำลอง เป็นอีกวิธีหนึ่งที่ดีสำหรับการพัฒนาความคิดให้ออกมาเป็นสิ่งที่เห็นได้ ซึ่งโดยความเป็นจริงแล้วมันก็คือโปรแกรมจริงที่สร้างขึ้นมานั้นขั้นแรก ซึ่งอาจมีหรือยังไม่มีสิ่งต่างๆอย่างครบถ้วนสมบูรณ์ แต่อย่างน้อยก็ควรมีปุ่มและตำแหน่งของปุ่มวินโดว์ หรือกราฟิกต่างๆที่สามารถปรากฏขึ้นบนจอคอมพิวเตอร์ได้ นอกจากนี้ยังควรสามารถแสดงให้เห็นว่าจะเกิดอะไรขึ้นบ้างในแต่ละขั้นตอนของการดำเนินเรื่อง ถ้าพูดโดยรวมแล้วการออกแบบมัลติมีเดียมี 2 ระดับคือ ภาคศิลปะ และภาคเทคนิค

2.2 บทสรุปย่อทางการออกแบบ

ปัญหาของการออกแบบ

เนื่องจากที่ผ่านมามีคนรู้จักบริษัทนี้น้อยมาก ประกอบกับเศรษฐกิจในระยะนี้ไม่ค่อยดี ดังนั้น จึงอยากที่จะทำอย่างไรให้คนรู้จักและสนใจในสินค้าของบริษัทมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

- เพื่อประชาสัมพันธ์ให้คนรู้จักมากขึ้น
- เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าและบริษัทให้แตกต่างจากบริษัทคู่แข่งรายอื่น

แนวความคิดทางการออกแบบ

QUALITY REFLECTION

ส่วนสนับสนุนหรือที่มาของแนวความคิดทางการออกแบบ

ต้องการแสดงถึงคุณภาพของตัวสินค้าและบริษัท ทำให้เกิดการยอมรับและเชื่อถือจากลูกค้า

แนวทางการออกแบบ หรือ อารมณ์และความรู้สึก

CLEAN, SIMPLE, STRIKING

ส่วนสนับสนุนและที่มาของแนวทางการออกแบบ



ขอบเขตของโครงการ

- อินเทอร์เน็ตฟลิเคีย ขนาด 640*480 Pixels 72 DPI จำนวน 17 หน้า
- โมเดลที่วางคอมพิวเตอร์ (TOUCH ON SCREEN) สเกล 1:8

การตอบสนองที่คาดหวังจากกลุ่มเป้าหมาย

- ลูกค้ารู้จักสินค้าและบริษัทมากขึ้น
- ลูกค้ายอมรับและตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของบริษัท

ภาคการศึกษาด้าน การศึกษา 2541

[illegible]

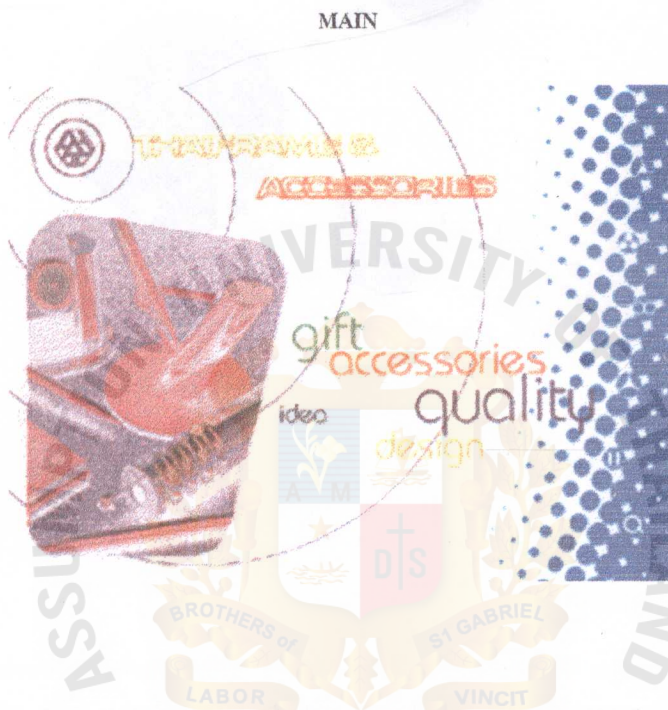
ภาคการศึกษาปลาย ปีการศึกษา 2541

[illegible]

บทที่ 3
การดำเนินงาน

ภาพร่างภายในภาคการศึกษาที่ 1

ทางเลือกที่ 1



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอคเซสโซรี่ จำกัด ประเภท อินเทอร์เน็ตที่มีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยใช้รูปภาพสินค้าเป็นตัวสื่อ และการจัดวางรวมถึงสีที่เลือกใช้ ซึ่งดูแล้วเรียบง่ายเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

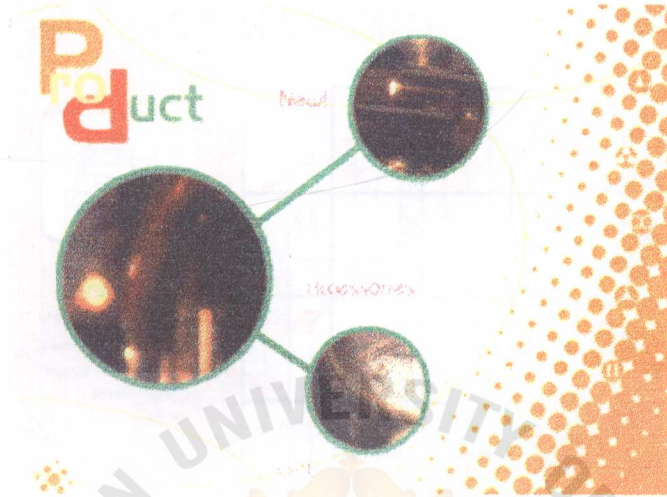
ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสำหรับการตรวจครั้งที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1

- ไอคอน (Icon) มองเห็นได้ยาก ทำให้เกิดความสับสน
- สีสดเกินไปไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

แนวทางการปรับปรุง

- วางไอคอน (Icon) ให้เห็นได้ง่าย เพื่อให้ผู้ใช้ไม่สับสน
- สีควรจะสดน้อยกว่านี้เพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

PRODUCT



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนดี แอดเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่กดปุ่มเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยใช้รูปภาพสินค้าเป็นตัวสื่อ และการจัดวางรวมถึงสีที่เลือกใช้ ซึ่งดูแล้วเรียบง่ายเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

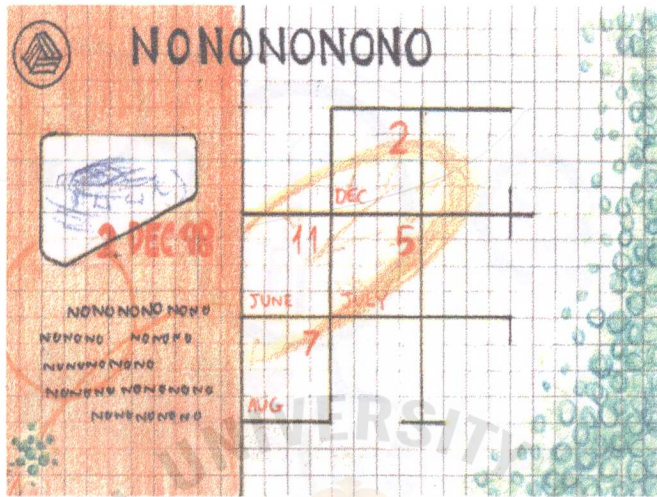
ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจดำเนินการตรวจครั้งที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1

- ไอคอน (Icon) มองเห็นได้ยาก ทำให้เกิดความสับสน
- สีสดเกินไปไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

แนวทางการปรับปรุง

- วางไอคอน (Icon) ให้เห็นได้ง่าย เพื่อให้ผู้ใช้ไม่สับสน
- สีควรจะสดน้อยกว่านี้เพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

ACTIVITY



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนดี แอดเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยใช้รูปภาพสินค้าเป็นตัวสื่อ และการจัดวางรวมถึงสีที่เลือกใช้ ซึ่งดูแล้วเรียบง่ายเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

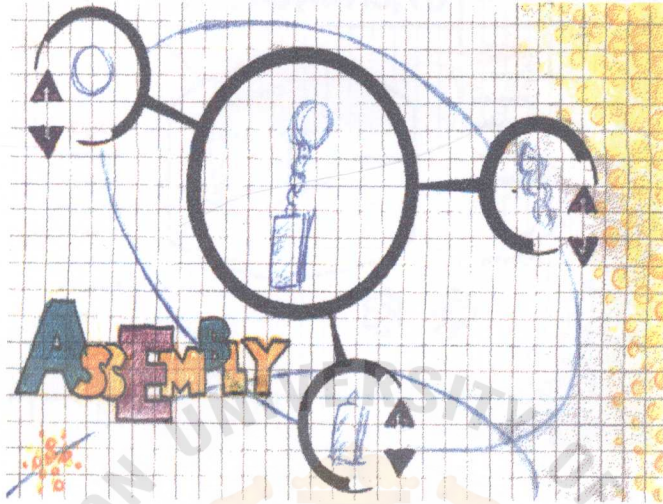
ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสอบสำหรับการตรวจครั้งที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1

- ไอคอน (Icon) มองเห็นได้ยาก ทำให้เกิดความสับสน
- สีสดเกินไปไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

แนวทางการปรับปรุง

- วางไอคอน (Icon) ให้เห็นได้ง่าย เพื่อให้ผู้ใช้ไม่สับสน
- สีควรจะสดน้อยกว่านี้เพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

ASSEMBLY



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอคเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งเสียงเพลงประกอบตลอด และมือนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเร็คเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยใช้รูปภาพสินค้าเป็นคำสื่อ และการจัดวางรวมถึงสีที่เลือกใช้ ซึ่งดูแล้วเรียบง่ายเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสำหรับการตรวจครั้งที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1

- ไอคอน (Icon) มองเห็นได้ยาก ทำให้เกิดความสับสน
- สีสดเกินไปไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

แนวทางการปรับปรุง

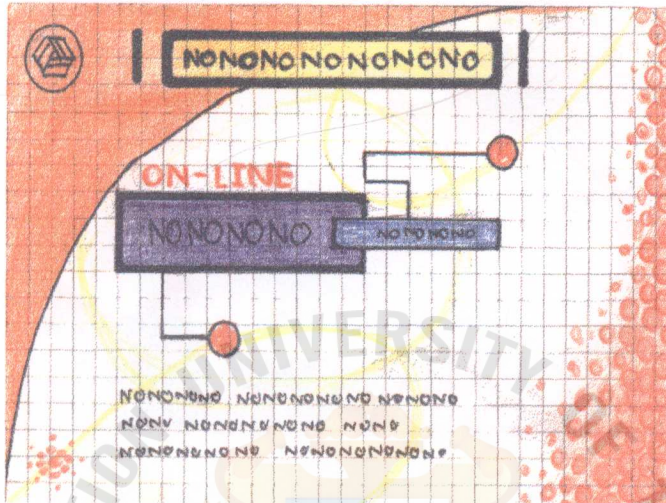
- วางไอคอน (Icon) ให้เห็นได้ง่าย เพื่อให้ผู้ใช้ไม่สับสน
- สีควรจะสดน้อยกว่านี้เพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอดเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้คนสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) **แนวคิดหลัก** นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ที่ตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยใช้รูปภาพสินค้าเป็นตัวสื่อ และการจัดวางรวมถึงสีที่เลือกใช้ ซึ่งดูแล้วเรียบง่ายเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

- ไอคอน (Icon) มองเห็นได้ยาก ทำให้เกิดความสับสน
- สีสดเกินไปไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

- วางไอคอน (Icon) ให้เห็นได้ง่าย เพื่อให้ผู้ใช้ไม่สับสน
- สีควรจะลดน้อยลงกว่านี้เพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

CONTACT



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอดเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้ลงสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชั่น (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) **แนวคิดหลัก** นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยใช้รูปภาพสินค้าเป็นตัวสื่อ และการจัดวางรวมถึงสีที่เลือกใช้ ซึ่งดูแล้วเรียบง่ายเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจดำเนินการตรวจครั้งที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1

- ไอคอน (Icon) มองเห็นได้ยาก ทำให้เกิดความสับสน
- ลิสต์เกินไปไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

แนวทางการปรับปรุง

- วางไอคอน (Icon) ให้เห็นได้ง่าย เพื่อให้ผู้ใช้ไม่สับสน
- สีควรจะสดน้อยลงกว่านี้เพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

MAIN



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอดเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้แลสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยใช้รูปภาพสินค้าเป็นแบกราวน์ (Background) บางๆ เปรียบไปทั้มาเป็นลักษณะโทนนุ่มๆ ซึ่งให้ความรู้สึกน่าเชื่อถือ

ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสอบการตรวจครั้งที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1

- ออกแบบไม่ตรงกับ Mood & Tone คือ สะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น
- อนิเมชั่น (Animation) ดูธรรมดา ไม่แปลกใหม่และโดดเด่น

แนวทางการปรับปรุง

- ควรออกแบบให้ตรงกับ Mood & Tone
- อนิเมชัน (Animation) ควรแปลกใหม่และโดดเด่น

PRODUCT



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอดเซสโซรี่ จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยใช้รูปภาพสินค้าเป็นแบคกราวด์ (Background) บางๆ เฟสที่ผ่านไปทีมนมาเป็นลักษณะโทนนุ่มๆ ซึ่งให้ความรู้ถึงน่าเชื่อถือ

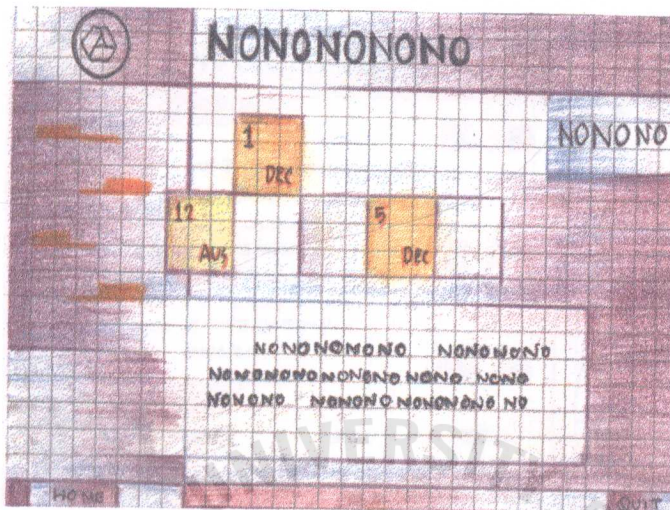
ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสอบสำหรับการตรวจครั้งที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1

- ออกแบบไม่ตรงกับ Mood & Tone คือ สะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น
- อนิเมชัน (Animation) ดูธรรมดา ไม่แปลกใหม่และโดดเด่น

แนวทางการปรับปรุง

- ควรออกแบบให้ตรงกับ Mood & Tone
- อนิเมชัน (Animation) ควรแปลกใหม่และโดดเด่น

ACTIVITY



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนดี แอคเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเทอร์เน็ตที่มีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกปุ่มเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยใช้รูปภาพสินค้าเป็นแบกราวน์ (Background) บางๆ เฟสลับไปทับมาเป็นลักษณะโทนนุ่มๆ ซึ่งให้ความรู้สึกน่าเชื่อถือ

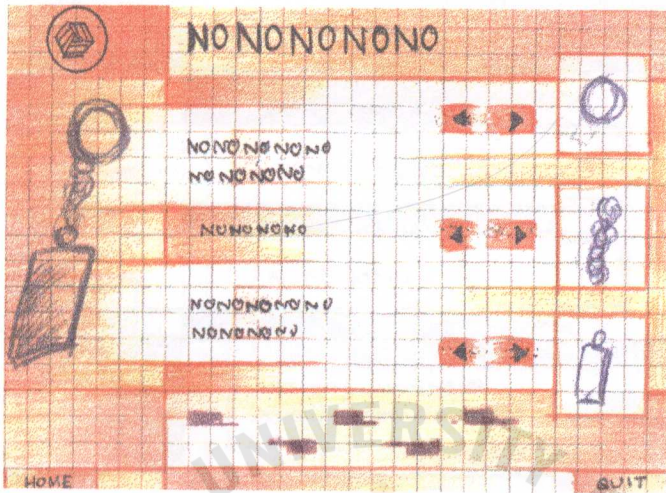
ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสอบการตรวจครั้งที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1

- ออกแบบไม่ตรงกับ Mood & Tone คือ สะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น
- อนิเมชัน (Animation) ดูธรรมดา ไม่แปลกใหม่และโดดเด่น

แนวทางการปรับปรุง

- ควรออกแบบให้ตรงกับ Mood & Tone
- อนิเมชัน (Animation) ควรแปลกใหม่และโดดเด่น

ASSEMBLY



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอดเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเมาส์เพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริการ ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยใช้รูปภาพสินค้าเป็นแบกราวน์ (Background) บางๆ เฟสทาบไปทั้บมาเป็นลักษณะโทนนุ่มๆ ซึ่งให้ความรู้สึกน่าเชื่อถือ

ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสอบสำหรับการตรวจครั้งที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1

- ออกแบบไม่ตรงกับ Mood & Tone คือ สะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น
- อนิเมชัน (Animation) ดูธรรมดา ไม่แปลกใหม่และโดดเด่น

แนวทางการปรับปรุง

- ควรออกแบบให้ตรงกับ Mood & Tone
- อนิเมชัน (Animation) ควรแปลกใหม่และโดดเด่น

BACKGROUND



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอคเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเทอร์เน็ตที่มีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยใช้รูปภาพสินค้าเป็นแบคกราวด์ (Background) บางๆ เฟสทับไปทับมาเป็นลักษณะโทนนุ่มๆ ซึ่งให้ความรู้สึกน่าเชื่อถือ

ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสอบสำหรับการตรวจครั้งที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1

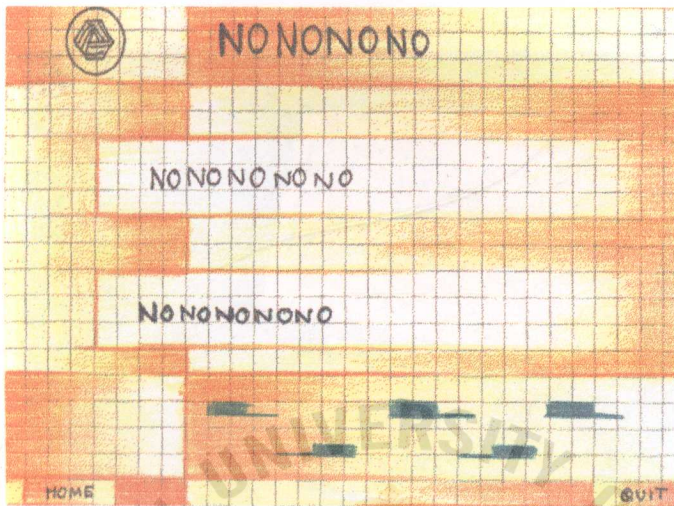
- ออกแบบไม่ตรงกับ Mood & Tone คือ สะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น
- อนิเมชัน (Animation) ดูธรรมดา ไม่แปลกใหม่และโดดเด่น

แนวทางการปรับปรุง

- ควรออกแบบให้ตรงกับ Mood & Tone
- อนิเมชัน (Animation) ควรแปลกใหม่และโดดเด่น

CONTACT

ACTIVITY



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอคเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยใช้รูปภาพสินค้าเป็นแบกราวน์ (Background) บางๆ เฟสลับไปทั้มาเป็นลักษณะโทนนุ่มๆ ซึ่งให้ความรู้สึกน่าเชื่อถือ

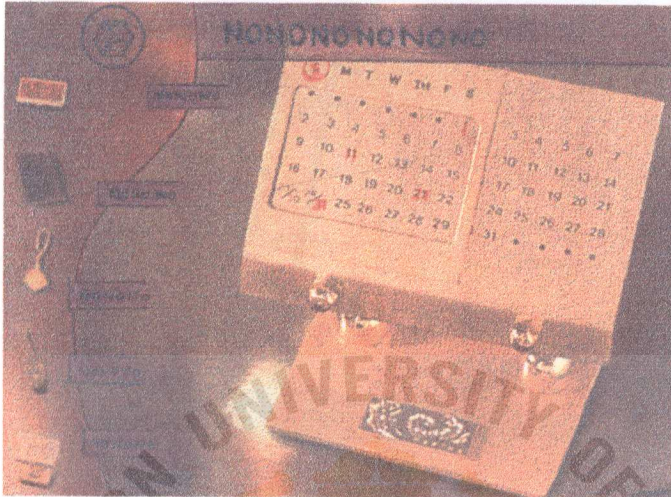
ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสอบการตรวจครั้งที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1

- ออกแบบไม่ตรงกับ Mood & Tone คือ สะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น
- อนิเมชัน (Animation) ดูธรรมดา ไม่แปลกใหม่และโดดเด่น

แนวทางการปรับปรุง

- ควรออกแบบให้ตรงกับ Mood & Tone
- อนิเมชัน (Animation) ควรแปลกใหม่และโดดเด่น

ACTIVITY



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนดี แอดเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเพื่อไปยังหน้าที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยใช้รูปภาพสินค้าเป็นทั้งไอคอน (Icon) และองค์ประกอบภายในฉากให้ความรู้สินค้าเชื่อถือและเป็นการโฆษณาสินค้าไปพร้อมๆกัน

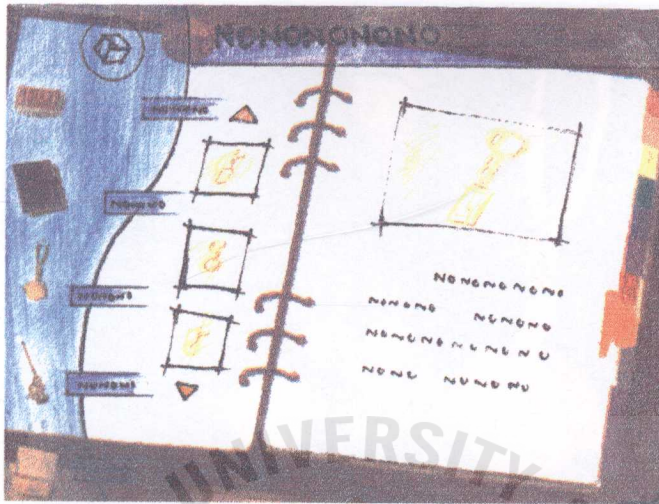
ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสอบการตรวจครั้งที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1

- ออกแบบไม่ตรงกับ Mood & Tone คือ สะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น
- มีความยากในการทำงานจริง

แนวทางการปรับปรุง

- ควรออกแบบให้ตรงกับ Mood & Tone
- ไอคอน (Icon) ควรใช้รูปอื่นแทนภาพถ่ายสินค้า

PRODUCT



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอดเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยใช้รูปภาพสินค้าเป็นทั้งไอคอน (Icon) และองค์ประกอบภายในฉากให้ความรู้สึกรู้สึกน่าเชื่อถือและเป็นการโชว์สินค้าไปพร้อมๆกัน

ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจดำเนินการตรวจครั้งที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1

- ออกแบบไม่ตรงกับ Mood & Tone คือ สะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น
- มีความยากในการทำงานจริง

แนวทางการปรับปรุง

- ควรออกแบบให้ตรงกับ Mood & Tone
- ไอคอน (Icon) ควรใช้รูปอื่นแทนภาพถ่ายสินค้า

ASSEMBLY



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอดเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่กดปุ่มเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไคลเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยใช้รูปภาพสินค้าเป็นทั้งไอคอน (Icon) และองค์ประกอบภายในฉากให้ความรู้สึกน่าเชื่อถือและเป็นการโฆษณาไปในตัว

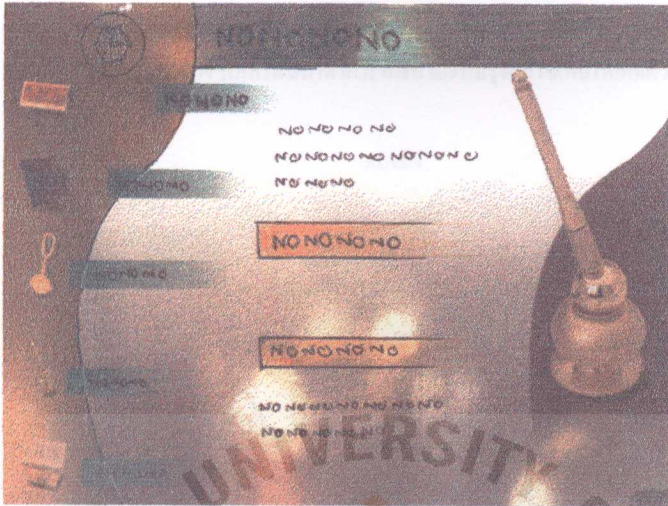
ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสอบการตรวจสอบครั้งที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1

- ออกแบบไม่ตรงกับ Mood & Tone คือ สะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น
- มีความยากในการทำงานจริง

แนวทางการปรับปรุง

- ควรออกแบบให้ตรงกับ Mood & Tone
- ไอคอน (Icon) ควรใช้รูปอื่นแทนภาพถ่ายสินค้า

CONTACT



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนดี แอดเซสโซรี่ จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเมาส์เพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยใช้รูปภาพสินค้าเป็นทั้งไอคอน (Icon) และองค์ประกอบภายในฉากให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าและการใช้ชีวิตประจำวัน

ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสอบสำหรับการตรวจครั้งที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1

- ออกแบบไม่ตรงกับ Mood & Tone คือ สะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น
- มีความยากในการทำงานจริง

แนวทางการปรับปรุง

- ควรออกแบบให้ตรงกับ Mood & Tone
- ไอคอน (Icon) ควรใช้รูปอื่นแทนภาพถ่ายสินค้า

ขั้นตอนการออกแบบและภาคการศึกษาที่ 2

ภาพผลงานแบบร่างเบื้องต้นทั้งหมดที่ส่งในการตรวจครั้งที่ 1

หลังจากตรวจภาพผลงานแบบร่างหยาบในภาคการศึกษาที่ 1 ผ่านไปปรากฏว่าทางเลือกที่ 1 มีแนวโน้มความเป็นไปได้มากที่สุด จึงได้นำข้อเสนอแนะต่างๆเหล่านั้นมาทำการพัฒนาปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

MAIN



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอคเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น อนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon) จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากและไอคอน (Icon) ดังที่ได้ชี้แจง

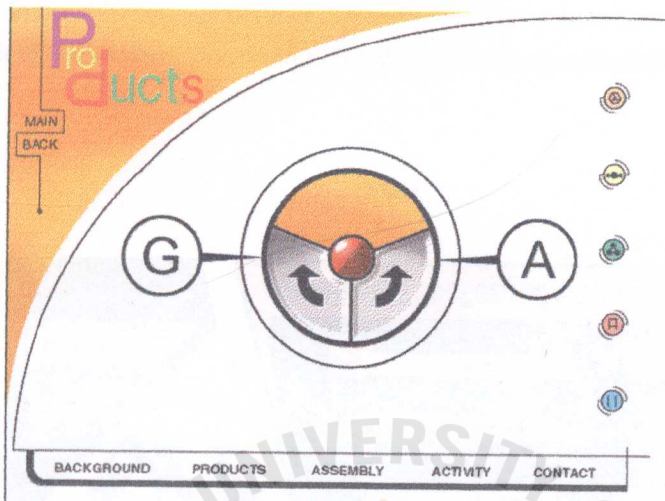
ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสอบสำหรับการตรวจครั้งที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2

- ลักษณะฉากและไอคอน (Icon) ดูแบนไม่มีมิติ
- สีของไอคอน (Icon) ค่อนข้างจืด
- สีพื้นต่างๆมีแค่สีหลักเดียว ทำให้ดูน่าเบื่อ

แนวทางการปรับปรุง

- ครอบออกแบบให้มีมิติมากขึ้นทั้งฉากและไอคอน (Icon)
- สีของไอคอน (Icon) ควรใช้สดกว่านี้เพื่อทำให้ไอคอน (Icon) เด่น
- สีพื้นควรมีสีหลักหลายสีจะทำให้ดูไม่น่าเบื่อ

PRODUCT



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอดเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับ คอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่กดปุ่มเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มีอนิเมชัน(Animation)ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon)จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากและไอคอน (Icon) สัมผัสได้ชัดเจน

ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสอบสำหรับการตรวจครั้งที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2

- ลักษณะฉากและไอคอน (Icon)ดูแบนไม่มีมิติ
- ฉากหลังมีพื้นที่สีขาวมากเกินไป ทำให้งานเหมือนไม่เสร็จสมบูรณ์

แนวทางการปรับปรุง

- ควรออกแบบให้มีมิติมากขึ้นทั้งฉากและไอคอน (Icon)
- ฉากหลังควรลดพื้นที่ที่เป็นสีขาวลงจะได้ไม่ดูโล่ง

ภาพผลงานร่างสมบูรณ์ทั้งหมดที่ส่งในการตรวจครั้งที่ 2

หลังจากการตรวจผลงานแบบร่างเบื้องต้นในภาคการศึกษาที่ 2 ผ่านไป ปรากฏว่ามีปัญหาต่างๆเกิดขึ้นมากมาย ทั้งในเรื่องของการจัดวางองค์ประกอบ และรูปแบบของสิ่งต่างๆที่เอามาใช้ในการนำเสนอไม่สามารถสื่อให้เห็นถึงคำว่า “คุณภาพ” ได้เท่าที่ควร จึงได้นำข้อเสนอแนะต่างๆเหล่านั้นมาทำการพัฒนาปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

MAIN



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอคเซสโซรี่ จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเมาส์เพื่อไปยังหน้าต่างๆที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon) จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากและไอคอน (Icon) สัมผัสได้ชัดเจน

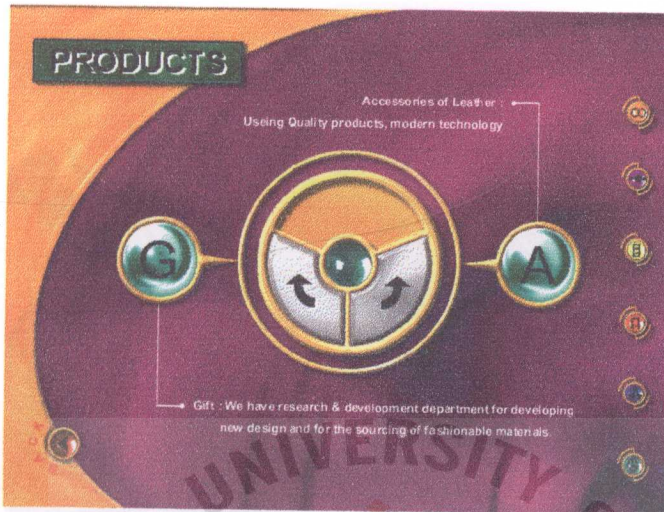
ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสำหรับการตรวจครั้งที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2

- ไอคอน (Icon) มีมิติมากขึ้นแต่สัญลักษณ์ภายในไอคอน (Icon) ยังไม่ชัดเจน
- ตัวอักษรที่ใช้พาดหัวยังหลากหลายเกินไป

แนวทางการปรับปรุง

- ควรทำให้สัญลักษณ์มองเห็นง่าย
- ตัวอักษรที่ใช้พาดหัวควรใช้แค่ 1-2 ฟอนต์เท่านั้น

PRODUCT 1



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอคเซสโซรี่ จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับ คอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่กดปุ่มเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบร้อยและโดดเด่น มีอนิเมชัน(Animation)ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon)จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากและไอคอน (Icon) ดังเกิดได้ชัดเจน

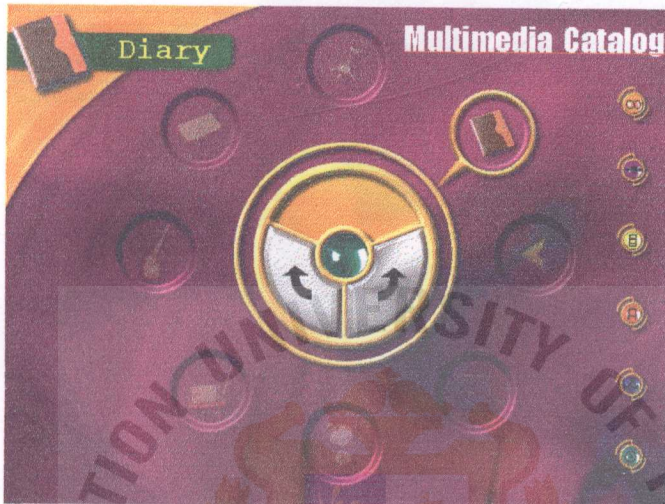
ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสอบการตรวจครั้งที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2

- ไอคอน (Icon) ไม่มีดีมากขึ้นแต่สัญลักษณ์ภายในไอคอน (Icon)ยังไม่ชัดเจน
- ตัวอักษรที่ใช้พาดหัวยังหลากหลายเกินไป
- มีขั้นตอนการคลิกมากเกินไปทำให้ยุ่งยาก

แนวทางการปรับปรุง

- ควรทำให้สัญลักษณ์มองเห็นง่าย
- ตัวอักษรที่ใช้พาดหัวควรใช้แค่ 1-2 ฟอนต์เท่านั้น
- ควรลดขั้นตอนการคลิกให้น้อยลง

PRODUCT 2



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอคเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มีอนิเมชัน(Animation)ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon)จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากและไอคอน (Icon) สังกัดได้ชัดเจน

ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสำหรับการตรวจครั้งที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2

- ไอคอน (Icon) มีมิตินาขึ้นแต่สัญลักษณ์ภายใน ไอคอน (Icon)ยังไม่ชัดเจน
- ตัวอักษรที่ใช้พาดหัวยังหลากหลายเกินไป
- มีขั้นตอนการคลิกมากเกินไปทำให้ยุ่งยาก

แนวทางการปรับปรุง

- ควรทำให้สัญลักษณ์มองเห็นง่าย
- ตัวอักษรที่ใช้พาดหัวควรใช้แค่ 1-2 ฟอนต์เท่านั้น
- ควรลดขั้นตอนการคลิกให้น้อยลง

PRODUCT 3



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอคเซสโซรี่ จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกปุ่มเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริการ ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มีอนิเมชัน(Animation)ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon)จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากและไอคอน (Icon) ดังเกิดได้ชัดเจน

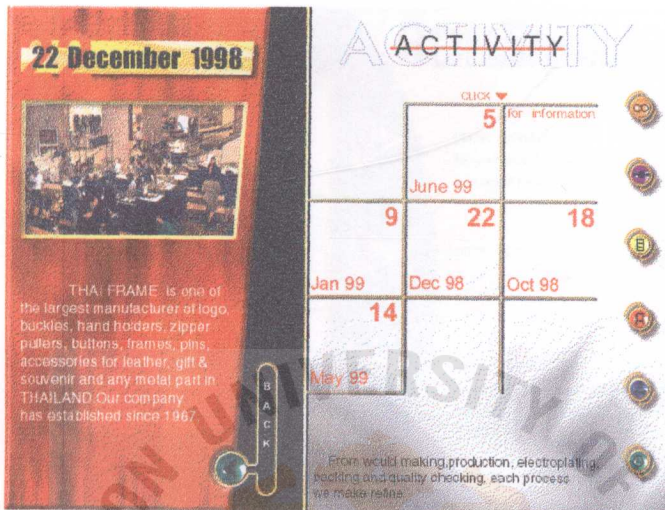
ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสอบสำหรับการตรวจครั้งที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2

- ไอคอน (Icon) มีมิติมากขึ้นแต่สัญลักษณ์ภายในไอคอน (Icon)ยังไม่ชัดเจน
- ตัวอักษรที่ใช้พาดหัวยังหลากหลายเกินไป
- มีขั้นตอนการคลิกมากไปทำให้ยุ่งยาก

แนวทางการปรับปรุง

- ควรทำให้สัญลักษณ์มองเห็นง่าย
- ตัวอักษรที่ใช้พาดหัวควรใช้แค่ 1-2 ฟอนต์เท่านั้น
- ควรลดขั้นตอนการคลิกให้น้อยลง

ACTIVITY



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอคเซสโซรี่ จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงคลิกเมาส์เพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริการ ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น อนิเมชัน(Animation)ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon)จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากและไอคอน (Icon) สดเก๋ได้ชัดเจน

ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสอบสำหรับการตรวจครั้งที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2

- ไอคอน (Icon) มีมิตามากขึ้นแต่สัญลักษณ์ภายในไอคอน (Icon)ยังไม่ชัดเจน
- ตัวอักษรที่ใช้พาดหัวยังหลากหลายเกินไป

แนวทางการปรับปรุง

- ควรทำให้สัญลักษณ์มองเห็นง่าย
- ตัวอักษรที่ใช้พาดหัวควรใช้แค่ 1-2 ฟอนต์เท่านั้น

ASSEMBLY



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนดี แอคเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริการ ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มีอนิเมชัน(Animation)ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon)จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากและไอคอน (Icon) ดังเกิดได้ชัดเจน

ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสอบสำหรับการตรวจครั้งที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2

- ไอคอน (Icon) มีมิตามากขึ้นแต่สัญลักษณ์ภายในไอคอน (Icon)ยังไม่ชัดเจน
- ตัวอักษรที่ใช้พาดหัวยังหลากหลายเกินไป

แนวทางการปรับปรุง

- ควรทำให้สัญลักษณ์มองเห็นง่าย
- ตัวอักษรที่ใช้พาดหัวควรใช้แค่ 1-2 ฟอนต์เท่านั้น

BACKGROUND



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอคเซสโซรี่ จำกัด ประเภท อินเทอร์เน็ตมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้ชมสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกปุ่มเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon) จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากและไอคอน (Icon) สังกัดได้ชัดเจน

ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสอบสำหรับการตรวจครั้งที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2

- ไอคอน (Icon) ไม่มีติดมากขึ้นแค่สัญลักษณ์ภายในไอคอน (Icon) ยังไม่ชัดเจน
- ตัวอักษรที่ใช้พาดหัวยังหลากหลายเกินไป

แนวทางการปรับปรุง

- ควรทำให้สัญลักษณ์มองเห็นง่าย
- ตัวอักษรที่ใช้พาดหัวควรใช้แค่ 1-2 ฟอนต์เท่านั้น

CONTACT



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอ็คเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับ คอมพิวเตอร์ได้เพียงแคคลิกเมาส์เพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชั่น (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) **แนวคิดหลัก** นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มีอนิเมชั่น(Animation)ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon)จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากและไอคอน (Icon) สักเกตได้ชัดเจน

ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจดำเนินการตรวจครั้งที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2

- ไอคอน (Icon) ไม่มีที่มาขึ้นแต่สัญลักษณ์ภายในไอคอน (Icon)ยังไม่ชัดเจน
- ตัวอักษรที่ใช้พาดหัวยังหลากหลายเกินไป

แนวทางการปรับปรุง

- ควรทำให้สัญลักษณ์มองเห็นง่าย
- ตัวอักษรที่ใช้พาดหัวควรใช้แค่ 1-2 ฟอนต์เท่านั้น

ภาพผลงานออกแบบจริงจำนวนครึ่งหนึ่งของขอบเขตการศึกษาที่ส่งในการตรวจครั้งที่ 3

หลังจากการตรวจผลงานแบบร่างเบื้องต้นในภาคการศึกษาที่ 2 ผ่านไป ปรากฏว่ายังคงมีปัญหาต่างๆเกิดขึ้นเล็กน้อย ในเรื่องของการจัดวางองค์ประกอบบางหน้าที่ยังไม่ลงตัว และสัญลักษณ์บนไอคอน (Icon) ที่ยังเห็นไม่ชัดเจน จึงได้นำข้อเสนอแนะต่างๆเหล่านั้นมาทำการพัฒนาปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

MAIN



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอคเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเพื่อไปยังหน้าต่างๆที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon) จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากและไอคอน (Icon) สัมผัสได้ชัดเจน

ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสำหรับการตรวจครั้งที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2

- ขาดเสียงเพลงบรรเลงและเสียงเอฟเฟค (Effects) ต่างๆช่วยสร้างสีสัน

แนวทางการปรับปรุง

- ควรใส่เสียงเพลงบรรเลงและเสียงเอฟเฟค (Effects) ต่างๆเพื่อช่วยสร้างสีสัน

PRODUCT 1



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอคเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีมือนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มือนิเมชัน(Animation)ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon)จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากและไอคอน (Icon) ดังที่ได้ชี้ชัดขึ้น

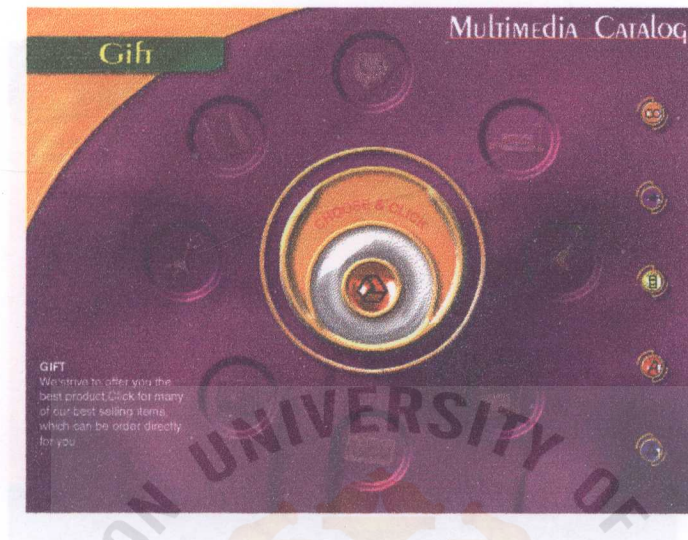
ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสำหรับการตรวจครั้งที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2

- ขาดเสียงเพลงบรรเลงและเสียงเอฟเฟค (Effects) ต่างๆช่วยสร้างสีสัน

แนวทางการปรับปรุง

- ควรใส่เสียงเพลงบรรเลงและเสียงเอฟเฟค (Effects) ต่างๆเพื่อช่วยสร้างสีสัน

PRODUCT 2



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอดเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มีอนิเมชัน(Animation)ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon)จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากและไอคอน (Icon) ดังเกิดได้ชัดขึ้น

ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสอบสำหรับการตรวจครั้งที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2

- ขาดเสียงเพลงบรรเลงและเสียงเอฟเฟค (Effects) ต่างๆช่วยสร้างสีสัน

แนวทางการปรับปรุง

- ควรใส่เสียงเพลงบรรเลงและเสียงเอฟเฟค (Effects) ต่างๆเพื่อช่วยสร้างสีสัน

PRODUCT 3



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอดเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเทอร์เน็ตฟมิเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มีอนิเมชัน(Animation)ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon)จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากและไอคอน (Icon) ดังเกิดได้ชัดเจน

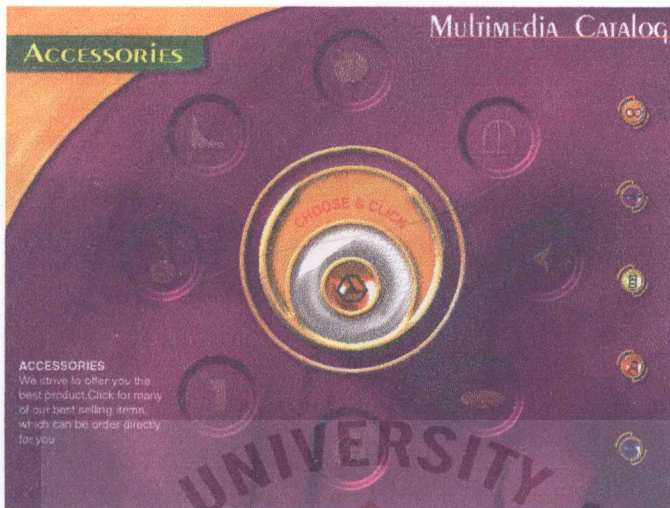
ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสอบสำหรับการตรวจครั้งที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2

- ขาดเสียงเพลงบรรเลงและเสียงเอฟเฟค (Effects) ต่างๆช่วยสร้างสีสัน

แนวทางการปรับปรุง

- ควรใส่เสียงเพลงบรรเลงและเสียงเอฟเฟค (Effects) ต่างๆเพื่อช่วยสร้างสีสัน

PRODUCT 4



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอดเซสโซรี่ จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้ชมสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มีอนิเมชัน(Animation)ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon)จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากและไอคอน (Icon) สัมผัสได้ชัดเจน

ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสำหรับการตรวจครั้งที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2

- ขาดเสียงเพลงบรรเลงและเสียงเอฟเฟค (Effects) ต่างๆช่วยสร้างสีสัน

แนวทางการปรับปรุง

- ควรใส่เสียงเพลงบรรเลงและเสียงเอฟเฟค (Effects) ต่างๆเพื่อช่วยสร้างสีสัน

PRODUCT 5



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนดี แอดเซ็ทโซว์ จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon) จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากและไอคอน (Icon) สัมผัสได้ชัดเจน

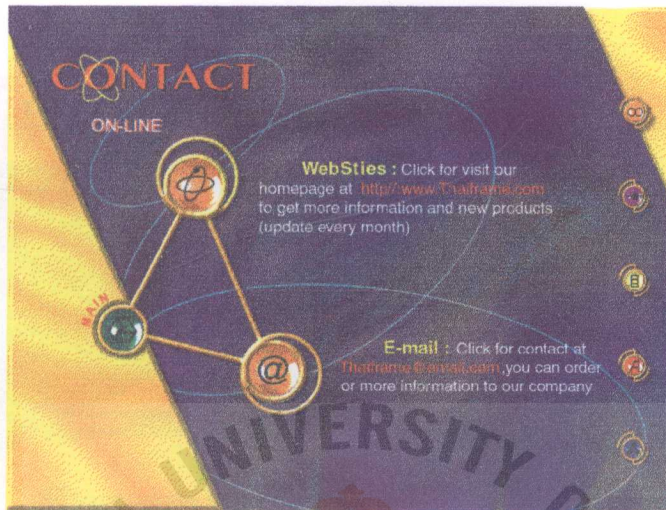
ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสอบสำหรับการตรวจครั้งที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2

- ขาดเสียงเพลงบรรเลงและเสียงเอฟเฟก (Effects) ต่างๆช่วยสร้างสีสัน

แนวทางการปรับปรุง

- ควรใส่เสียงเพลงบรรเลงและเสียงเอฟเฟก (Effects) ต่างๆเพื่อช่วยสร้างสีสัน

CONTACT



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนิเมชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกปุ่มเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริการ ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon) จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากและไอคอน (Icon) สักเกตได้ชัดเจน

ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสอบสำหรับการตรวจครั้งที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2

- ขาดเสียงเพลงบรรเลงและเสียงเอฟเฟกต์ (Effects) ต่างๆช่วยสร้างสีสัน

แนวทางการปรับปรุง

- ควรใส่เสียงเพลงบรรเลงและเสียงเอฟเฟกต์ (Effects) ต่างๆเพื่อช่วยสร้างสีสัน

BACKGROUND 1



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอคเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่กดปุ่มเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น อนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon) จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากและไอคอน (Icon) ที่เกิดได้ชัดเจน

ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสอบสำหรับการตรวจครั้งที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2

- ขาดเสียงเพลงบรรเลงและเสียงเอฟเฟค (Effects) ต่างๆช่วยสร้างสีสัน

แนวทางการปรับปรุง

- ควรใส่เสียงเพลงบรรเลงและเสียงเอฟเฟค (Effects) ต่างๆเพื่อช่วยสร้างสีสัน

BACKGROUND 2



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอคเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่กดปุ่มเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon) จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากและไอคอน (Icon) ดังกดได้ชัดเจน

ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสอบสำหรับการตรวจครั้งที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2

- ขาดเสียงเพลงบรรเลงและเสียงเอฟเฟค (Effects) ต่างๆช่วยสร้างสีสัน

แนวทางการปรับปรุง

- ควรใส่เสียงเพลงบรรเลงและเสียงเอฟเฟค (Effects) ต่างๆเพื่อช่วยสร้างสีสัน

BACKGROUND 3



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอคเซสโซรี่ จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มีอนิเมชัน(Animation)ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon)จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากและไอคอน (Icon) ดังเกิดได้ชัดเจน

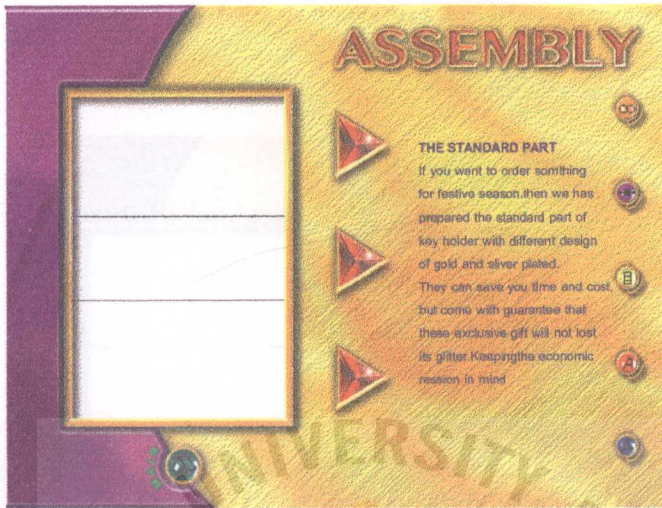
ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสำหรับการตรวจครั้งที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2

- ขาดเสียงเพลงบรรเลงและเสียงเอฟเฟค (Effects) ต่างๆช่วยสร้างสีสัน

แนวทางการปรับปรุง

- ควรใส่เสียงเพลงบรรเลงและเสียงเอฟเฟค (Effects) ต่างๆเพื่อช่วยสร้างสีสัน

ASSEMBLY 1



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอคเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้ชมสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริการ ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon) จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากและไอคอน (Icon) ดังเกิดได้ชัดเจน

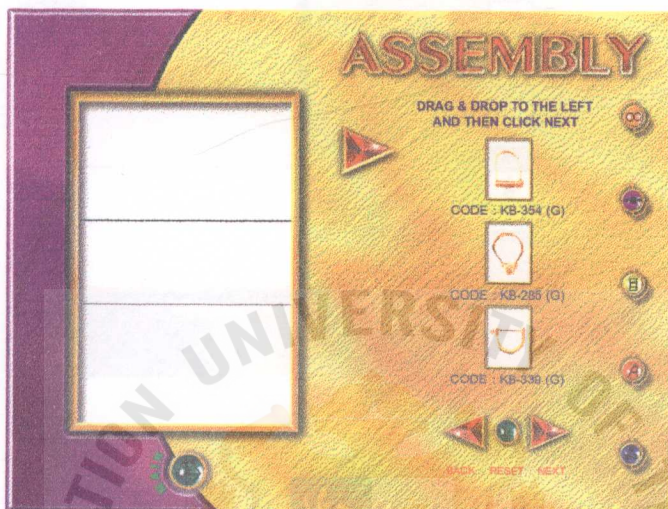
ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจดำเนินการตรวจครั้งที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2

- ขาดเสียงเพลงบรรเลงและเสียงเอฟเฟค (Effects) ต่างๆช่วยสร้างสีสัน

แนวทางการปรับปรุง

- ควรใส่เสียงเพลงบรรเลงและเสียงเอฟเฟค (Effects) ต่างๆเพื่อช่วยสร้างสีสัน

ASSEMBLY 2



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอคเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่กดปุ่มเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director)

แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มีอนิเมชัน(Animation)ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon)จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากและไอคอน (Icon) สดเก๋ได้ชัดขึ้น

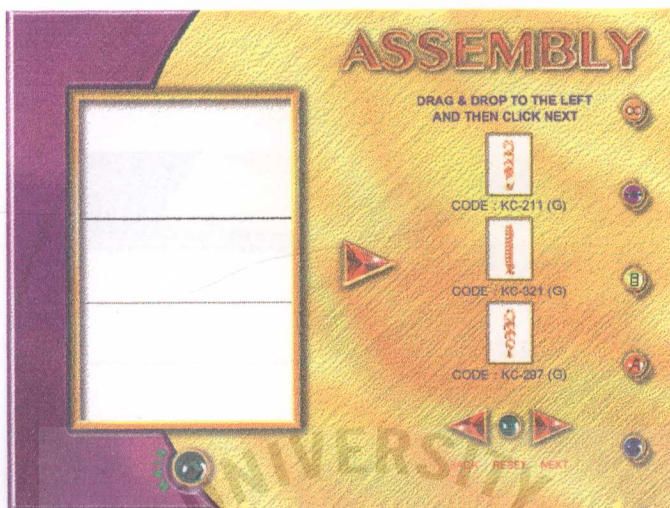
ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจดำเนินการตรวจครั้งที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2

- ขาดเสียงเพลงบรรเลงและเสียงเอฟเฟค (Effects) ต่างๆช่วยสร้างสีสัน

แนวทางการปรับปรุง

- ควรใส่เสียงเพลงบรรเลงและเสียงเอฟเฟค (Effects) ต่างๆเพื่อช่วยสร้างสีสัน

ASSEMBLY 3



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยฟาร์ม แอนดี แอดเซิสโซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกปุ่มเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มีอนิเมชัน(Animation)ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon)จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากและไอคอน (Icon) สัมผัสได้ชัดเจน

ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสอบสำหรับการตรวจครั้งที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2

- ขาดเสียงเพลงบรรเลงและเสียงเอฟเฟค (Effects) ต่างๆช่วยสร้างสีสัน

แนวทางการปรับปรุง

- ควรใส่เสียงเพลงบรรเลงและเสียงเอฟเฟค (Effects) ต่างๆเพื่อช่วยสร้างสีสัน

ASSEMBLY 4



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยฟาร์ม แอนดี แอดเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเทอร์เน็ตฟมิเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกปุ่มเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มอนิเมชัน(Animation)ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon)จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากและไอคอน (Icon) สังกัดได้ชัดเจน

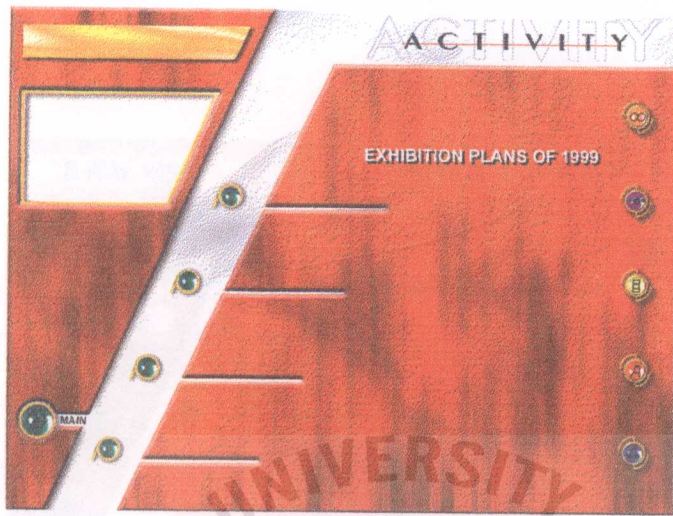
ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสำหรับการตรวจครั้งที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2

- ขาดเสียงเพลงบรรเลงและเสียงเอฟเฟค (Effects) ต่างๆช่วยสร้างสีสัน

แนวทางการปรับปรุง

- ควรใส่เสียงเพลงบรรเลงและเสียงเอฟเฟค (Effects) ต่างๆเพื่อช่วยสร้างสีสัน

ACTIVITY 1



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอดเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเทอร์เน็ตฟมิเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริการ ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon) จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากและไอคอน (Icon) สดเก๋ได้ชัดเจน

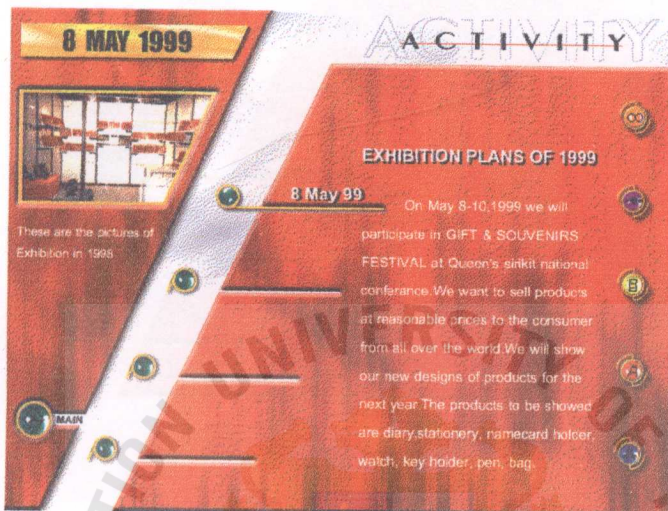
ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสอบสำหรับการตรวจครั้งที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2

- ขาดเสียงเพลงบรรเลงและเสียงเอฟเฟค (Effects) ต่างๆช่วยสร้างสีสัน

แนวทางการปรับปรุง

- ควรใส่เสียงเพลงบรรเลงและเสียงเอฟเฟค (Effects) ต่างๆเพื่อช่วยสร้างสีสัน

ACTIVITY 2



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอคเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้ชมสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเมาส์เพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon) จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากและไอคอน (Icon) ดังที่ได้ชี้ชัดขึ้น

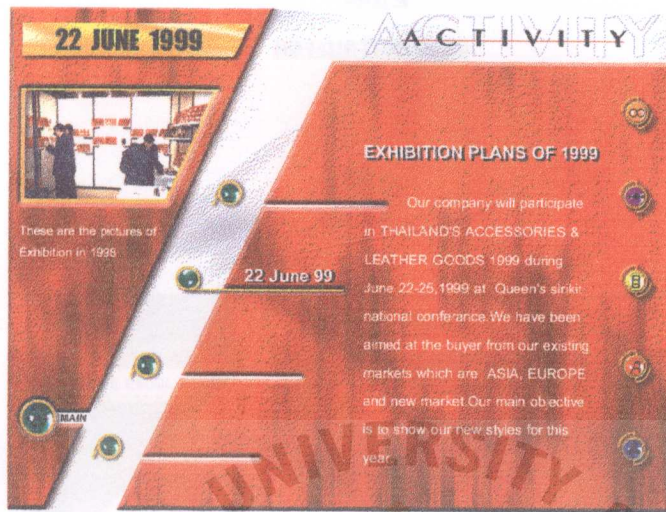
ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสอบสำหรับการตรวจครั้งที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2

- ขาดเสียงเพลงบรรเลงและเสียงเอฟเฟค (Effects) ต่างๆช่วยสร้างสีสัน

แนวทางการปรับปรุง

- ควรใส่เสียงเพลงบรรเลงและเสียงเอฟเฟค (Effects) ต่างๆเพื่อช่วยสร้างสีสัน

ACTIVITY 3



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอคเซสโซรี่ จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้ชมสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเมาส์เพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon) จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากและไอคอน (Icon) ดังยกตัวอย่างได้ชัดเจน

ปัญหาและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสอบการตรวจครั้งที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2

- ขาดเสียงเพลงบรรเลงและเสียงเอฟเฟกต์ (Effects) ต่างๆช่วยสร้างสีสัน

แนวทางการปรับปรุง

- ควรใส่เสียงเพลงบรรเลงและเสียงเอฟเฟกต์ (Effects) ต่างๆเพื่อช่วยสร้างสีสัน

บทที่ 4

ผลงานการออกแบบ

MAIN



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอคเซสโซรี่ จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกปุ่มเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon) จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากไอคอน (Icon) ดังที่ได้จัดขึ้น ลูกค้าจะเปลี่ยนเป็นรูปมือเมื่อเข้าไปยังบริเวณที่คลิกได้ และจะมีข้อความสั้นๆปรากฏขึ้นที่มุมซ้ายของจอ

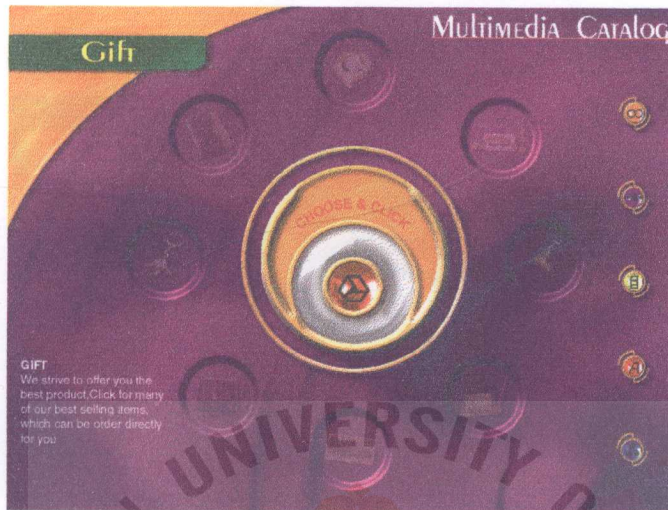
PRODUCT 1



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอคเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกปุ่มเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น อนิเมชัน(Animation)ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon)จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในจากไอคอน (Icon) ดังกดได้ชัดเจน ลูกศรจะเปลี่ยนเป็นรูปมือเมื่อเข้าไปยังบริเวณที่คลิกได้ และเมื่อลูกศรเข้าไปที่ A หรือ G จะมีข้อความระบุถึงรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าตัวนั้นปรากฏขึ้น

PRODUCT 2



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอดเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับ คอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริการ ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มีอนิเมชัน(Animation)ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon)จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากไอคอน (Icon) ดังเกิดได้ชัดเจน ลูกค้าจะเปลี่ยนเป็นรูปมือเมื่อเข้าไปยัง บริเวณที่คลิกได้ และเมื่อลูกค้าเข้าไปที่ A หรือ G จะมีข้อความระบุถึงรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าต่างๆปรากฏขึ้น

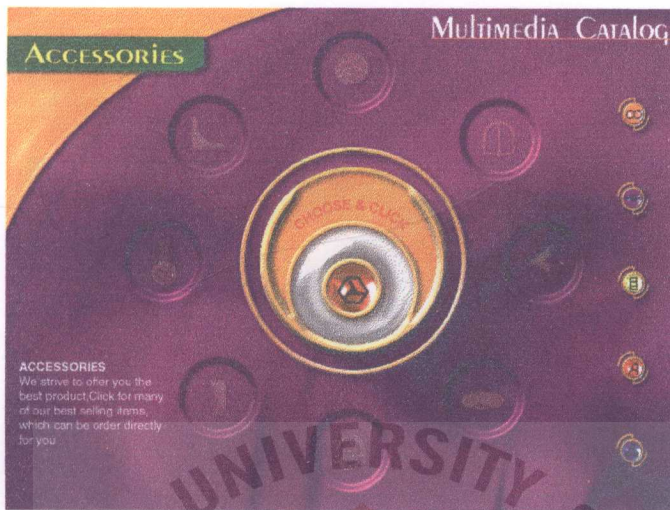
PRODUCT 3



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอดเซสโซรี่ จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับ คอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเมาส์เพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น อนิเมชัน(Animation)ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon)จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากไอคอน (Icon) สังเกตได้ชัดขึ้น ลูกศรจะเปลี่ยนเป็นรูปมือเมือเข้าไปยัง บริเวณที่คลิกได้ และเมื่อลูกศรเข้าไปที่ A หรือ G จะมีข้อความระบุถึงรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าต่างๆปรากฏขึ้น

PRODUCT 4



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนดี แอดเซิสโซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon) จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในจากไอคอน (Icon) สังกัดได้ชัดเจน ลูกศรจะเปลี่ยนเป็นรูปมือเมื่อเข้าไปยังบริเวณที่คลิกได้ และเมื่อลูกศรเข้าไปที่ A หรือ G จะมีข้อความระบุถึงรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าต้นๆปรากฏขึ้น

PRODUCT 5



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอคเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกปุ่มเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มีอนิเมชัน(Animation)ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon)จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากไอคอน (Icon) สังกัดได้ชัดเจน ลูกค้าจะเปลี่ยนเป็นรูปมือเมื่อเข้าไปยังบริเวณที่คลิกได้ และเมื่อลูกค้าเข้าไปที่ A หรือ G จะมีข้อความระบุถึงรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าต่างๆปรากฏขึ้น

CONTACT



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนดี แอดเจ็สไซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon) จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากไอคอน (Icon) ดังที่ได้จัดขึ้น ลูกค้าจะเปลี่ยนเป็นรูปมือเมื่อเข้าไปยังบริเวณที่คลิกได้ เมื่อคลิกจะสามารถเข้าไปยังอินเทอร์เน็ต (Internet) ได้

BACKGROUND 1



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอซซีสโซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับ คอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่กดปุ่มเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มีอนิเมชัน(Animation)ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon)จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากไอคอน (Icon) ดังที่ได้ชี้ชัดขึ้น ลูกศรจะเปลี่ยนเป็นรูปมือเมื่อเข้าไปยัง บริเวณที่คลิกได้

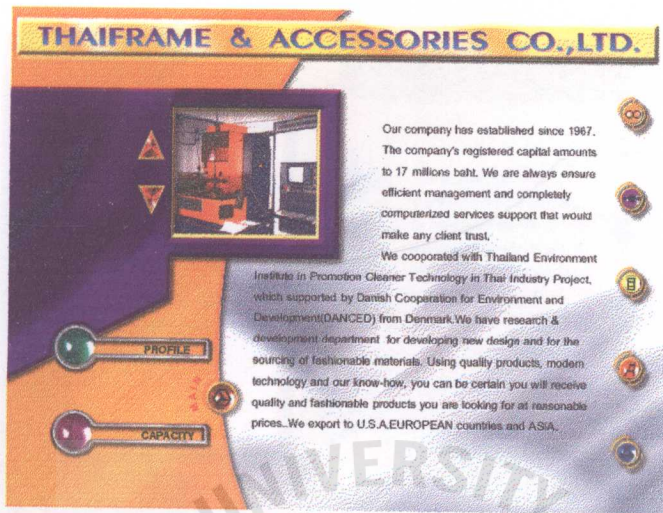
BACKGROUND 2



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอคเซสโซรี่ จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon) จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากไอคอน (Icon) ดังที่ได้จัดขึ้น ลูกศรจะเปลี่ยนเป็นรูปมือเมื่อเข้าไปยังบริเวณที่คลิกได้

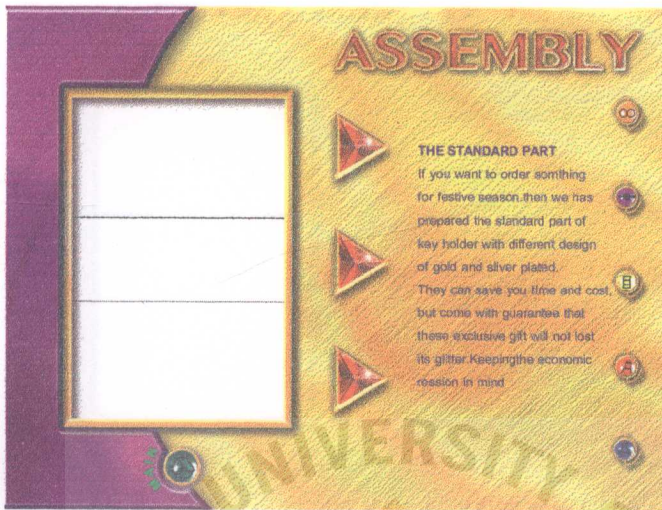
BACKGROUND 3



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอคเซสซอรี่ จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกปุ่มเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไคลเรตเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น อนิเมชัน(Animation)ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon) จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากไอคอน (Icon) ดังเกิดได้ชัดขึ้น ลูกค้าจะเปลี่ยนเป็นรูปมือเมื่อเข้าไปยังบริเวณที่คลิกได้

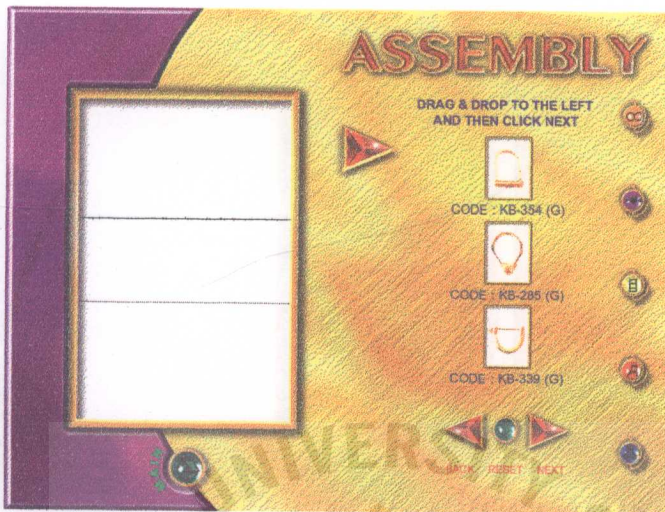
ASSEMBLY 1



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนดี แอดเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเมาส์เพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มีอนิเมชัน(Animation)ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon)จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากไอคอน (Icon) ดังกดได้ชัดเจน ลูกศรจะเปลี่ยนเป็นรูปมือเมื่อเข้าไปยังบริเวณที่คลิกได้

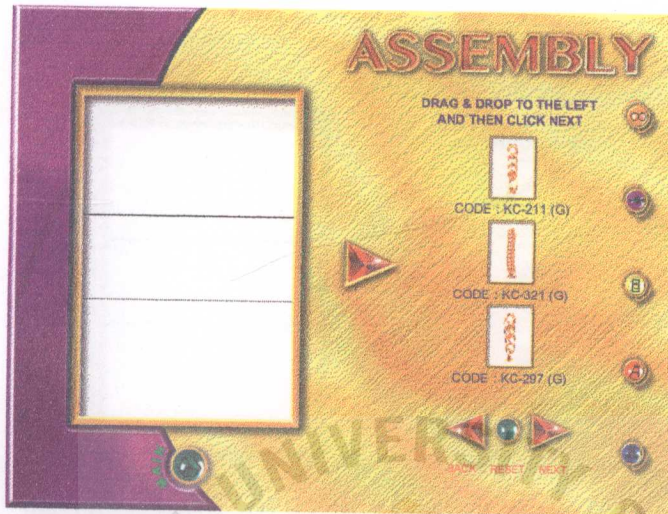
ASSEMBLY 2



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนดี แอดเซสโซรี่ จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) **แนวคิดหลัก** นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon) จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในจากไอคอน (Icon) ดังที่ได้จัดขึ้น ลูกศรจะเปลี่ยนเป็นรูปมือเมื่อเข้าไปยังบริเวณที่คลิกได้ และสามารถเลือกภาพจากขวามือมาใส่ที่ช่องว่างซ้ายมือได้

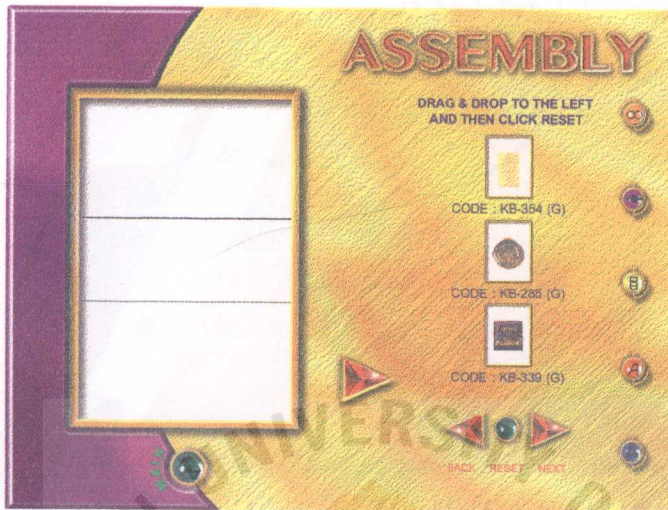
ASSEMBLY 3



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอคเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มีอนิเมชัน(Animation)ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon)จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากไอคอน (Icon) สังเกตได้ชัดเจน ลูกค้าจะเปลี่ยนเป็นรูปมือเมื่อเข้าไปยังบริเวณที่คลิกได้ และสามารถเลือกภาพจากขวามือมาใส่ที่ช่องว่างซ้ายมือได้

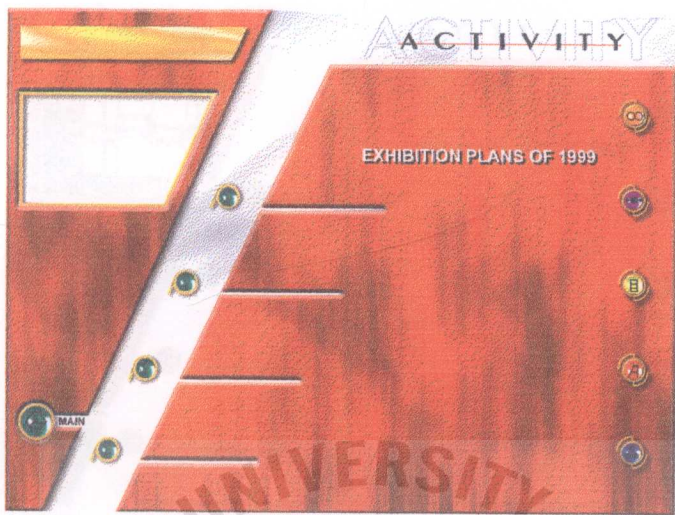
ASSEMBLY 4



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอคเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเมาส์เพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มีอนิเมชัน(Animation)ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon)จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากไอคอน (Icon) ดังเกิดได้ชัดเจน ลูกศรจะเปลี่ยนเป็นรูปมือเมื่อเข้าไปยังบริเวณที่คลิกได้ และสามารถเลือกภาพจากขวามือมาใส่ที่ช่องว่างซ้ายมือได้

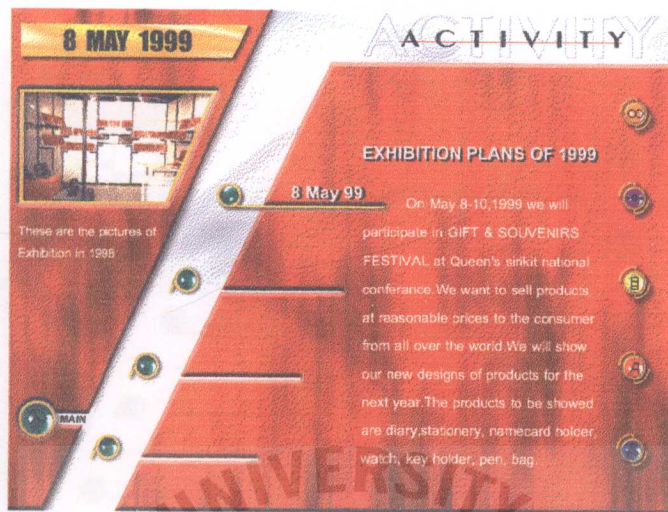
ACTIVITY 1



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนดี แอดเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับ คอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเพื่อไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริการ ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มีอนิเมชัน(Animation)ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon)จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในจากไอคอน (Icon) ถึงเกิดได้ชัดเจน ลูกค้าจะเปลี่ยนเป็นรูปมือเมื่อเข้าไปยัง บริเวณที่คลิกได้

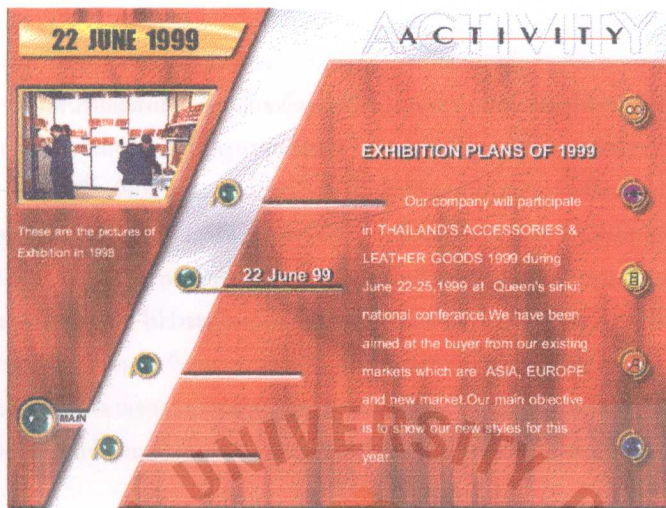
ACTIVITY 2



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนดี แอดเซสโซรี จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเมาส์ไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon) จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากไอคอน (Icon) ดังกล่าวได้ชัดเจน ลูกศรจะเปลี่ยนเป็นรูปมือเมื่อเข้าไปยังบริเวณที่คลิกได้

ACTIVITY 3



คำอธิบายภาพ

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยเฟรม แอนด์ แอคเซสโซรี่ จำกัด ประเภท อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย (Interactive media) ขนาด 640x480 Pixels 72 DPI เทคนิคที่ใช้คือ ทำให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลได้โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ได้เพียงแค่คลิกเมาส์ไปยังหน้าต่างที่ต้องการ พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบตลอด และมีอนิเมชัน (Animation) ระหว่างเปลี่ยนหน้า ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งเทคนิคทั้งหมดทำโดยใช้โปรแกรมไดเรกเตอร์ (Director) แนวคิดหลัก นำเสนอถึงคำว่า “คุณภาพ” ทั้งตัวสินค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ นำเสนอโดยเน้นให้ตรงกับ Mood&Tone คือสะอาดเรียบง่ายและโดดเด่น มีอนิเมชัน(Animation)ระหว่างเปลี่ยนหน้า คือจากสัญลักษณ์ของไอคอน (Icon)จะเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบภายในฉากไอคอน (Icon) ดังกดได้ชัดเจน ลูกค้าจะเปลี่ยนเป็นรูปมือเมื่อเข้าไปยังบริเวณที่คลิกได้

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

หลังจากที่ได้ทำโครงการศิลปนิพนธ์โดยเป็นโครงการออกแบบสื่อทางคอมพิวเตอร์ (อินเตอร์แอคทีฟมีเดีย) ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทไทยเฟรม แอนด์ แอคเซสโซรี จำกัด ในขั้นตอนการดำเนินงานต่าง ๆ นั้นมีความยุ่งยากและประสบปัญหาพอสมควร ไม่ว่าจะเป็นปัญหาด้านการหาแนวความคิดและสิ่งที่จะมาสื่อถึงคำว่า คุณภาพ ซึ่งเป็นเรื่องที่ยากมากและกว่าจะออกมาได้นั้นต้องผ่านกระบวนการคิดหาแนวทางในการสื่อแต่ละหน้าเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงมาตลอดในการตรวจแต่ละครั้ง ซึ่งจะเห็นถึงความยากที่จะสื่อให้ผู้ดูรู้สึกถึงความมีคุณภาพของสินค้าและบริษัท ดังนั้นปัญหาหลักๆของโครงการนี้ คือการที่จะหาสิ่งที่มาสื่อถึงคุณภาพของสินค้า ส่วนปัญหารองลงมา คือเรื่องของเทคนิคต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นอนิเมชั่นระหว่างฉาก เสียง เพลง และเสียงเอฟเฟกต์ต่างๆ ซึ่งต้องใช้เวลาในการศึกษาจากตำราและคู่มือต่างๆหรือสอบถามจากผู้ที่มีประสบการณ์ สิ่งสำคัญมากที่สุดที่ต้องเข้าใจก่อนลงมือทำ คือต้องศึกษาถึงข้อจำกัดและขอบเขตความสามารถของโปรแกรมที่ใช้ อุปกรณ์ต่างๆที่มี และความสามารถของเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการสนับสนุนโปรแกรม ซึ่งสิ่งต่างๆเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดขอบเขตในการออกแบบของภาพร่างอีกทีหนึ่ง

สำหรับผู้ที่มีความสนใจในการสร้างงานอินเตอร์แอคทีฟมีเดียที่ไม่ควรมองข้าม ซึ่งประมวลมาจากการทำงานที่ผ่านมาดังนี้

- ในขณะที่มัลติมีเดียกำลังไหลล้นข้อมูลหรือการเลือกเส้นทางเข้าหาข้อมูลจากผู้ดูอยู่นั้น ควรใช้เสียงดนตรีมาเป็นตัวเชื่อมความรู้สึกเพราะหากทุกอย่างเรียบสนิท ผู้ดูอาจเข้าใจผิดว่าเครื่องหรือโปรแกรมหยุดทำงาน
- ทุกๆหน้าของข้อมูลต้องมีปุ่มหรือตัวนำทางสำหรับกลับไปยังหน้าหลัก หรือข้อมูลหน้าที่ผ่านมาเพื่อผู้ดูจะได้ไม่หลงทาง
- ตัวนำทางหรือปุ่มที่ใช้ควรมีความชัดเจนหรือเด่นพอที่จะทำให้ผู้ดูเข้าใจได้ว่าเป็นปุ่ม หรือประตูสำหรับเข้าไปยังส่วนอื่นๆและควรมีเสียงประกอบเมื่อผู้ดูคลิกลงไปปุ่มนำทางเหล่านั้น
- ในส่วนแรกของมัลติมีเดีย สิ่งที่ไม่ควรผ่านเลยก็คือ สารบัญหรือหัวข้อหลักสำหรับการแยกเข้าไปยังข้อมูลแต่ละส่วน รวมทั้งปุ่มสำหรับออกจากโปรแกรม
- ถึงแม้ว่าคอมพิวเตอร์จะสามารถแสดงผลได้นับล้านสีก็ตาม แต่สำหรับภาพที่นำมาใช้ในมัลติมีเดียไม่ควรใช้มากกว่า 256 สีมาตรฐานเพราะจะทำให้ใช้เวลามากขึ้นในการเปลี่ยนหน้าจอของมัลติมีเดีย
- ขนาดหน้าจอของมัลติมีเดียไม่ควรใหญ่เกินกว่า 640 x 480 pixels

หวังว่าศิลปนิพนธ์เล่มนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจจัดทำโครงการในลักษณะใกล้เคียง หรือโครงการอื่นที่จะต้องใช้อุปกรณ์จากโครงการนี้เป็นพื้นฐานต่อไป

บรรณานุกรม

บริษัท เดอะเอ็กซ์ไฟท์ จำกัด , นิตยสารนิวส์มีเดีย สตูดิโอ หน้าที่ 11-28 ฉบับที่ 1 ปีที่1, 17/1 ซอยอุดมยศ 2 ถ.รามคำแหง
หัวหมาก บางกะปิ กทม. 10250,2541

บริษัท เดอะเอ็กซ์ไฟท์ จำกัด , นิตยสารนิวส์มีเดีย สตูดิโอ หน้าที่ 28-37 ฉบับที่ 2 ปีที่1, 17/1 ซอยอุดมยศ 2 ถ.รามคำแหง
หัวหมาก บางกะปิ กทม. 10250,2541

บริษัท เดอะเอ็กซ์ไฟท์ จำกัด , นิตยสารนิวส์มีเดีย สตูดิโอ หน้าที่ 24-32 ฉบับที่ 3 ปีที่1, 17/1 ซอยอุดมยศ 2 ถ.รามคำแหง
หัวหมาก บางกะปิ กทม. 10250,2541

พิเชษฐ รังษิตนา, ฮาวด์ ไคเร็กเตอร์ หก , 64 ลาดพร้าวซอย107 ถนนลาดพร้าว แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ
10240 : ห้างหุ้นส่วนจำกัดไทยเจริญการพิมพ์,2541

สุราช แหยมอ่อน, ยูสเซอร์ไคด์ ไมโครมีเดียไคเร็กเตอร์ หกจุฬา, 800/43-48 ซอยตระกูลสุข ถนนอโศกดินแดง เขตดิน
แดง กรุงเทพฯ 10400 : บริษัท ซีอีคยูเคชั่น จำกัด(มหาชน),2541

อภิเชษฐ์ ประสพรัตน์, เบสสิค ลิงโก้ ไคเร็กเตอร์ หก, 4 เสรี่4 ซอย23 สวนหลวง รามคำแหง กรุงเทพฯ 10250 : แวมไพร์
ซอฟแวร์, 2541

อลงกรณ์ กรเกษม, อัจฉริยะแห่งโลกมัลติมีเดีย, 235/195 ซอยวัดสุทธาวาส ถนนรัชดาภิเษก แขวงบูกโล เขตธนบุรี
กรุงเทพ 10600 : บริษัท คอมกราฟ เพรส จำกัด, 2541

ภาคผนวก

รายละเอียดค่าใช้จ่ายในการทำศิลปนิพนธ์

อุปกรณ์และสิ่งที่จะจัดหารวมถึงค่าเบ็ดเตล็ดต่างๆ	จำนวน	ราคาโดยประมาณ
ขั้นตอนการรวบรวมข้อมูลและการนำเสนอ		
1. ฟิล์มถ่ายภาพ	3 ม้วน	360 -
2. ค่าอัดล้างภาพ	3 ม้วน	480 -
3. ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง		500 -
4. อุปกรณ์ในการนำเสนอ		
- กระดาษทำการ์ด	20 แผ่น	200 -
- เบ็ดเตล็ด		500 -
ขั้นตอนการดำเนินงาน		
1. ฮาร์ดดิสก์ 3.2 G	1 ชิ้น	4900 -
2. แรม 128 MB	1 ชิ้น	6800 -
3. หนังสือ และคู่มือ	8 เล่ม	4500 -
4. ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด		3000 -
	รวม	21240 -

ประวัติการศึกษาของผู้ทำศิลปนิพนธ์

1. โรงเรียนเสสะเวชวิทยา
- อนุบาล1-ประถมศึกษาปีที่6
2. โรงเรียนวัดประดู่ในทรงธรรม
- มัธยมศึกษาปีที่1-6