

การใช้ AI ในการออกแบบ ภาพโปสเตอร์เพื่อการโฆษณา

เปลี่ยนไอเดียให้เป็นงานกราฟิกระดับโปรด้วยผู้ช่วยอัจฉริยะ

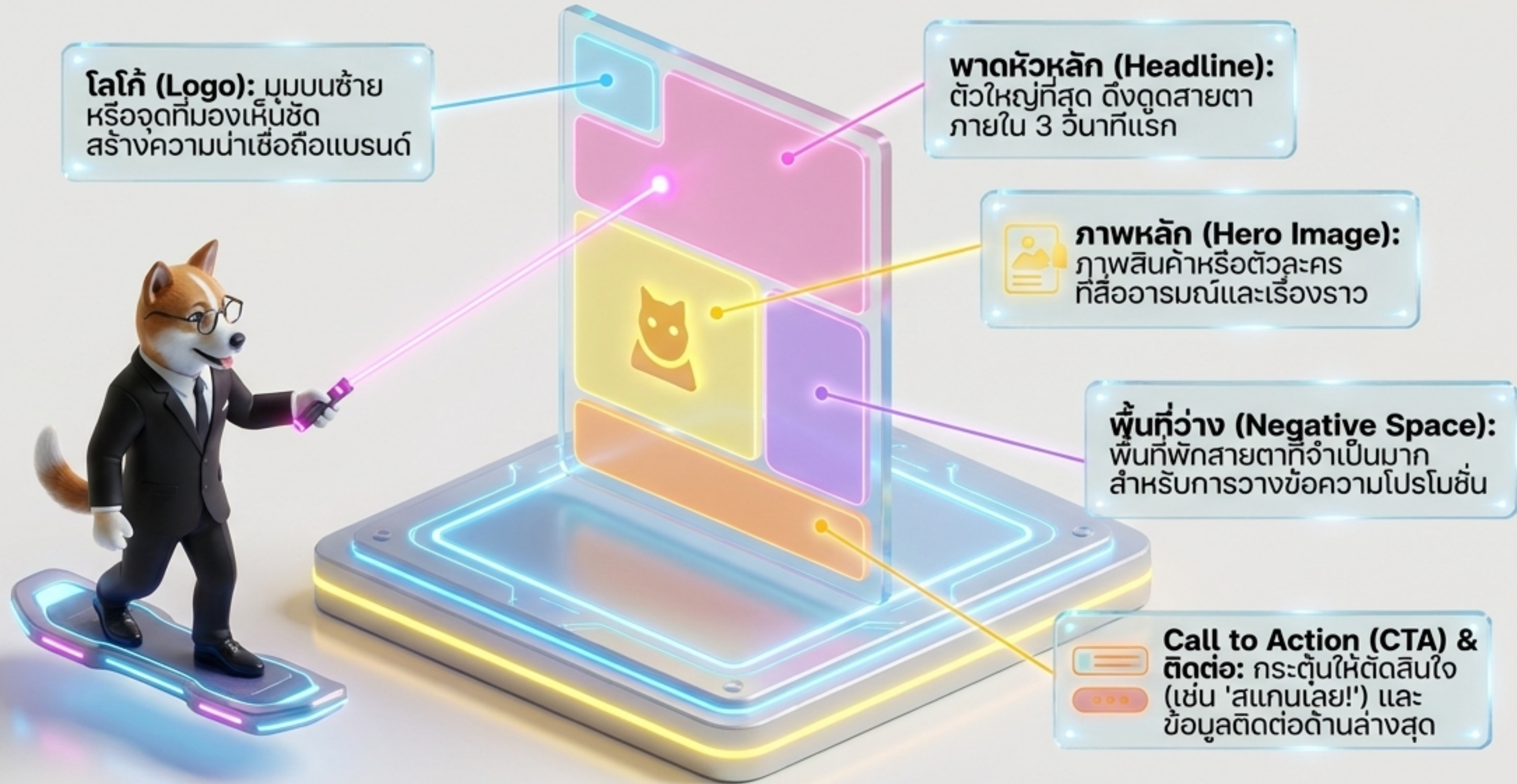


รายวิชาปัญญาประดิษฐ์สำหรับการตลาด
สาขาการตลาด วิทยาลัยเทคนิคนครนายก
ผู้สอน อ.รุ่งรัตน์ กุศลาศรัย (ครูเจี๊ยบ)

ทำไมการตลาดถึงต้องพึ่งพา AI?



กายวิภาคของโปสเตอร์โฆษณาที่สมบูรณ์แบบ



2 แนวทางการสร้างโปสเตอร์ด้วย AI

Path A: All-in-One (ภาพ + ข้อความในครั้งเดียว)

- **กระบวนการ:** สั่ง AI ให้สร้างทั้งภาพและข้อความภาษาไทย (เช่น ใช้ Gemini, DALL-E 3)
- **จุดเด่น:** รวดเร็วมาก เหมาะสำหรับงาน Draft หรืองานโซเชี่ยลมีเดียด่วน

Path B: ภาพ + Layout แยก (AI + Canva)

- **กระบวนการ:** ให้ AI สร้าง 'ภาพพื้นหลังที่มีพื้นที่ว่าง' แล้วนำไปใส่ข้อความและโลโก้เองใน Canva / Illustrator
- **จุดเด่น:** ควบคุมฟอนต์ (Typography) และความถูกต้องได้ 100% เหมาะสำหรับงานพิมพ์หรืองานคุณภาพสูงสุด



สูตรลับ Prompt ไขหมากลลับคำสั่งให้ดูแพง



1. สินค้า (Product):
ระบุชัดเจนให้อยู่กลางเฟรม
(เช่น ขวดยาหม่องสมุนไพร)

2. ฉากหลัง (Background):
เลือกฉากที่ส่งเสริมสินค้า
(เช่น ไม้ไผ่เก่าในสวน)

3. วัตถุ (Props):
องค์ประกอบเสริมที่ดูสมจริง
(เช่น ใบสะระแหน่, ดอกมะลิ)

4. แสง (Lighting):
หัวใจของภาพ
(เช่น แสงแดดธรรมชาติ
เช้าตรู่ หรือ แสงสตูดิโอ)

5. ความสมจริง (Realism):
คำสั่งลึกลับคุณภาพ
(เช่น Realistic, 4K,
Photo-realistic)

1. สินค้า (Product):
ระบุชัดเจนให้อยู่กลางเฟรม
(เช่น ขวดยาหม่องสมุนไพร)

ตัวอย่างการใช้งานจริง: จากคำสั่งสู่ภาพ Packshot

Terminal Prompt (Input):
ภาพถ่ายสินค้าจริง ขวดยาหม่องสมุนไพร
วางบนโต๊ะไม้เก่าในสวน
มีใบสะระแหน่และดอกมะลิวางข้างๆ
แสงแดดส่องผ่าน ทุ่งว่างสดชื่น
เว้นที่ว่างด้านขวาสำหรับใส่ข้อความ
สไตล์ Realistic 4K



The Result (Output Insights):

- ได้ภาพที่เป็นธรรมชาติ สีน้าโดดเด่น สื่ออารมณ์ได้ชัดเจน
- เคล็ดลับสำคัญ: การสั่ง 'เว้นที่ว่างด้านขวา' (Negative Space) ทำให้เรามีพื้นที่สำหรับใส่ Headline โพรโมชันในแอปแต่งรูป ได้ทันทีโดยไม่ต้องทับตัวสินค้า

เทคนิคการจัดวางเลย์เออร์ (Layering) อย่างมืออาชีพ

เลย์เออร์ 3: ข้อความ (Text)
- พาดหัวหลัก (Headline)
และรายละเอียดโปรโมชั่น ตัวใหญ่
อ่านง่าย สีสัดกับพื้นหลัง

เลย์เออร์ 1: พื้นหลัง (Background)
- ภาพพื้นหลังที่ได้จาก AI
(กำหนดให้มี Negative Space)



เลย์เออร์ 4: ส่วนท้าย (Footer)
- แถบข้อมูลติดต่อ เว็บไซต์
QR Code หรือแฮชแท็กแคมเปญ

เลย์เออร์ 2: รูปภาพ/องค์ประกอบ (Elements) - ภาพสินค้า
เจาะเจาะพื้นหลัก โลโก้แบรนด์
ไอคอนตกแต่ง

สร้างนวัตกรรมทางภาพลักษณ์ (Visual Innovation)



ก้าวข้ามข้อจำกัดของความจริง:
AI สามารถผสมผสานสินค้าเข้ากับสภาพแวดล้อมเหนือจริง (Surreal Scenes) เช่น การทำหยดนมให้กลายเป็นภูเขาหรือรางรถไฟ

สร้างความจดจำ:
เทคโนโลยีทำให้แบรนด์สามารถสร้างประสบการณ์ใหม่ทางสายตาที่การถ่ายภาพสตูดิโอแบบเดิมทำได้ยากและมีต้นทุนสูงมาก

รู้จักขนาด Banner ยอดนิยมสำหรับแต่ละ Platform

Facebook / IG Post (1:1)

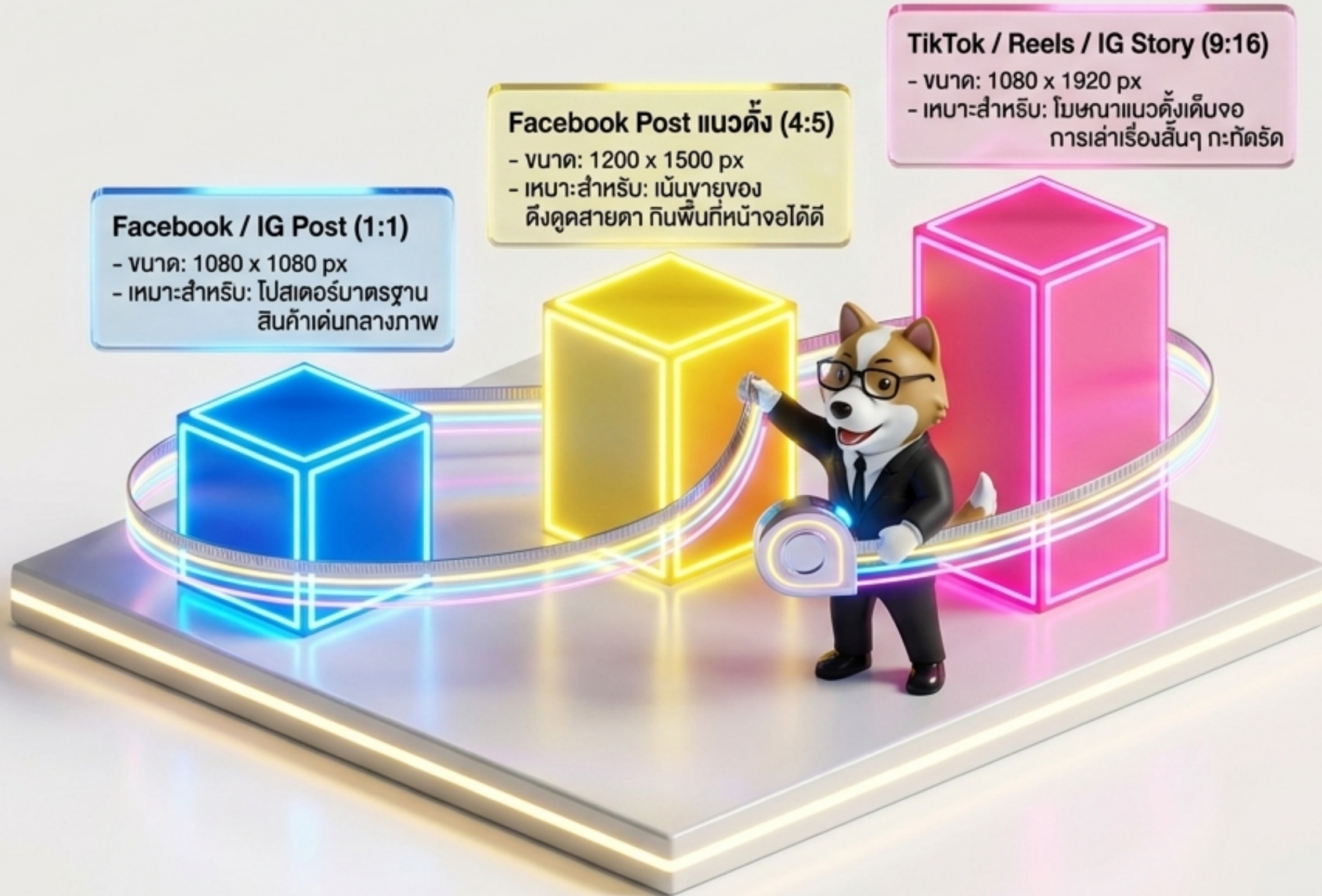
- ขนาด: 1080 x 1080 px
- เหมาะสำหรับ: โปสเตอร์มาตรฐาน
สินค้าเด่นกลางภาพ

Facebook Post แนวตั้ง (4:5)

- ขนาด: 1200 x 1500 px
- เหมาะสำหรับ: เน้นขายของ
ดึงดูดสายตา กินพื้นที่หน้าจอได้ดี

TikTok / Reels / IG Story (9:16)

- ขนาด: 1080 x 1920 px
- เหมาะสำหรับ: โฆษณาแนวตั้งเต็มจอ
การเล่าเรื่องสั้นๆ กระชับรัด



มนุษย์ vs. ปัญญาประดิษฐ์: การทำงานร่วมกัน

สิ่งที่ AI ทำได้ดีที่สุด (Technical Efficiency):

- วิเคราะห์และปรับสมดุลสี (Color Harmony) ให้ตรงตามหลักจิตวิทยา
- จัดลำดับความสำคัญทางการมองเห็น (Visual Hierarchy) และจุดโฟกัส
- เสนอทางเลือกและเร่งระยะเวลาการทำงาน (Speed & Output)



สิ่งที่นักการตลาด (มนุษย์) ต้องเป็นคนกำหนด (The Human Touch):

- ความลึกซึ้งทางแนวคิดและการเล่าเรื่อง (Conceptual Depth & Narrative)
- บริบททางวัฒนธรรมและอารมณ์ร่วม (Cultural Sensitivity & Emotion)
- การกำหนดกลยุทธ์และเป้าหมายของแคมเปญ

AI คือ เครื่องมือ แต่นักการตลาดคือ ผู้กำกับ



- **ทักษะแห่งอนาคต:** การเขียน Prompt และการเข้าใจองค์ประกอบศิลป์ คือทักษะสำคัญของนักการตลาดยุคใหม่
- **ความสมบูรณ์แบบเกิดจากการผสมผสาน:** ประสิทธิภาพทางเทคนิคของ AI รวมเข้ากับ สัญชาตญาณความเข้าใจลูกค้าของมนุษย์
- **พร้อมลงมือทำ:** นำกรอบความคิด (Concept-to-Creation) ที่เรียนรู้ในวันนี้ ไปปรับใช้กับโปรเจกต์ของวิทยาลัยและธุรกิจจริงในอนาคตได้ทันที