

การถ่ายภาพโฆษณา เรื่อง “ฮิญาบที่ใช่ เคลื่อนไหวมีพลัง”

ADVERTISING PHOTOGRAPHY TITLED “GOOD MOVE GREAT HIJAB “



ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาการถ่ายภาพ ภาควิชาศิลปะ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2562

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์

การถ่ายภาพโฆษณาเรื่อง “ฮิญาบที่ใช่ เคลื่อนไหวมีพลัง”

ADVERTISING PHOTOGRAPHY TITLED “GOOD MOVE GREAT HIJAB”



รศมี บินกาเต็ด

Ms. RASMEE BINKADED

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการถ่ายภาพ

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์ วันที่ 20/07/63

(อาจารย์ พงษ์ศักดิ์ ตั้งติวาจา)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์	การถ่ายภาพโฆษณาเรื่อง “ฮิญาบที่ใช่ เคลื่อนไหวมีพลัง” ADVERTISING PHOTOGRAPHY TITLED “GOOD MOVE GREAT HIJAB”
ชื่อ	นางสาวรัศมี บินกาเต็ด
รหัสประจำตัว	59020413
สาขาวิชา	การถ่ายภาพ
ภาควิชา	นิเทศศิลป์
คณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2562
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์พงษ์ศักดิ์ ตั้งติวจา

ภาพโฆษณาฮิญาบ Good move great hijab ฮิญาบที่ใช่ เคลื่อนไหวมีพลัง ได้นำเสนอสินค้าฮิญาบ สำหรับออกกำลังกาย แแบรนด์ ไนกี้ Nike pro hijab เป็นการถ่ายภาพโฆษณาในสื่อออนไลน์ ดังนี้

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อถ่ายทอด ฮิญาบสำหรับผู้หญิงชาวมุสลิมเพื่อสวมใส่ออกกำลังกาย ด้วยเทคนิคการถ่ายภาพในสตูดิโอ มีการใช้เรื่องคู่สี ประกอบภาพกราฟฟิคสร้างจินตนาการ ทำให้ภาพมีความแปลกใหม่สะดุดตา และศิลปนิพนธ์ฉบับนี้ข้าพเจ้าแสดงให้เห็นการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการสร้างภาพถ่ายแฟชั่นกีฬาและโฆษณา โดยศึกษาวิธีคิดและเทคนิคการทำงานจากช่างภาพ Tim Tadder, Julia Galdo และ Cody Cloud

ศิลปนิพนธ์ชุดนี้นำเสนอภาพถ่ายประกอบ จำนวน 11 ภาพ แบ่งเป็น 2 ชุด โดยชุดแรกเป็นภาพการสวมใส่ฮิญาบประยุกต์กับชุดแฟชั่นในชีวิตประจำวัน ขนาด 20x24 นิ้ว จำนวน 7 ภาพ และ ชุดที่ 2 เป็นการสวมใส่ฮิญาบกับชุดวิ่งออกกำลังกาย ขนาด 16x24 จำนวน 4 ภาพ นอกจากนี้ยังเป็นแนวทางให้ผู้สนใจได้ศึกษา ทั้งด้านกระบวนการ การทำงาน แนวคิด เทคนิค หรือ องค์ประกอบของภาพ เพื่อสามารถนำไปปรับใช้ในการสร้างสรรค์งานของตนเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

ศิลปินพจน์ขึ้นนี้สำเร็จจุล่งไปได้ด้วยต้องขอขอบพระคุณทุกๆ คนที่คอยให้การช่วยเหลือ ทุกๆ กำลังใจ คำแนะนำ ทิชม จากคณะกรรมการ ครูบาอาจารย์ทุกๆ ท่าน

ขอขอบพระคุณ ครูตึก สุทธิศักดิ์ ดิษฐทรงจรรย์ ที่คอยให้คำปรึกษาตลอดการทำงานตั้งแต่เริ่มจนถึงที่สุด ทำให้ได้เรียนรู้และแก้ไขปัญหาได้ทันท่วงที

ขอขอบคุณ เพื่อนๆ กลุ่มไลน์บ้านปลาตาว ที่ร่วมให้การช่วยเหลือในการถ่ายทำงานครั้งนี้ เป็นทีมที่ดีมากๆ ทุกคนเสียสละเวลาและเหน็ดเหนื่อยมาด้วยกัน และให้กำลังใจกันเสมอ

ขอขอบคุณ นางแบบ ช่างแต่งหน้า ที่ตกลงร่วมงานกัน ทำให้ได้เพื่อนใหม่ๆ มากขึ้น และสนับสนุนให้การช่วยเหลืออย่างเต็มกำลัง

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ที่สนับสนุนด้านทุนทรัพย์ ที่ทำให้งานราบรื่นและไปถึงเป้าหมายในที่สุด และเป็นกำลังใจที่สำคัญอย่างยิ่ง

ขอขอบคุณตัวเอง ที่อดทนและมีความพยายามทำผลงานออกมาให้ได้ดี จนสุดความสามารถ เพราะการทำงานคือการแก้ปัญหา และอุปสรรคที่เข้ามานั้น ทำให้เราได้เรียนรู้และแก้ไข เพื่อให้เราได้เข้าใจความเป็นมืออาชีพมากขึ้น

รัศมี บินกาเต็ด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
สารบัญ	ค
สารบัญภาพ	จ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ	1
1.2 วัตถุประสงค์	1
1.3 แนวคิด	2
1.4 แรงบันดาลใจ	2
1.5 รายละเอียดทางเทคนิค	2
1.6 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย	2
1.7 คุณค่าของผลงาน / ประโยชน์ที่จะได้รับ	2
1.8 ปัญหาที่คาดว่าจะเกิดและวิธีการแก้ไข	3
1.9 งบประมาณ	3
1.10 ตารางการทำงาน	4
บทที่ 2 ข้อมูลในการสร้างสรรค์ผลงาน	5
2.1 ข้อมูลบริษัท Nike	5
2.2 ข้อมูลสินค้า Nike pro hijab	7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.3 ช่างภาพที่เป็นแรงบันดาลใจในการถ่ายภาพ	21
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการสร้างสรรค์ผลงาน	29
3.1 ภาพร่างตัวอย่างก่อนถ่ายจริง	29
3.2 การเตรียมงานก่อนสร้างสรรค์ผลงาน	30
3.3 ขั้นตอนการตกแต่งภาพ	38
บทที่ 4 ผลงานจริง	40
บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	54
5.1 สรุปผลการทำงาน	54
5.2 ปัญหาในการทำงานและวิธีการแก้ไข	54
5.3 ข้อเสนอแนะ	55
5.4 ประโยชน์ที่ได้รับ	55
บรรณานุกรม	56
ประวัติผู้วิจัย	57

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 ภาพสินค้า ฮีญาบ	9
2 กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด 4 p	11
3 ฮีญาบ แบรินด์ อติดาส	12
4 ภาพโฆษณา ฮีญาบ แบรินด์ อติดาส	13
5 ฮีญาบแบรินด์ แคปสเตอร์	14
6 ภาพโฆษณา ฮีญาบ แบรินด์ แคปสเตอร์	15
7 ฮีญาบแบรินด์ ออรา	16
8 ภาพโฆษณา ฮีญาบ แบรินด์ ออรา	17
9 นักกีฬาที่เป็นแบรินด์เอมบาสเตอร์	18
10 ฮีญาบไนท์กับภาพถ่ายแฟชั่นของ Halimah Aden	18
11 ฮีญาบไนท์ กับนักกีฬาฟันดาบ Ibtihaj Muhammad	19
12 Nike Pro Hijab Campaign	19
13 ภาพโปรโมทบนไอจี ของ Zaina Nassar นักมวยหญิงมุสลิม	20
14 ภาพถ่าย Zaina Nassar นักมวยหญิงมุสลิม ชาวเยอรมัน	20
15 Tim Tadder	21
16 ตัวอย่างงานของศิลปิน (Explosive Color)	22
17 ตัวอย่างงานของศิลปิน (MOTION IN AIR 2)	23
18 ตัวอย่างงานของศิลปิน (The First Couple of Sport)	24
19 Julia Galdo and Cody Cloud	25
20 ตัวอย่างงานของศิลปิน (XXL Cover Story: Big Sean)	26
21 ตัวอย่างงานของศิลปิน (Pop Rocks, with Erin D. Garcia)	27
22 ตัวอย่างงานของศิลปิน (Target Branding shit)	28
23 ภาพร่างก่อนถ่าย	29
24 นางแบบคนที่ 1	30
25 นางแบบคนที่ 2	30
26 นางแบบคนที่ 3	30
27 นางแบบคนที่ 4	31
28 นางแบบคนที่ 5	31

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

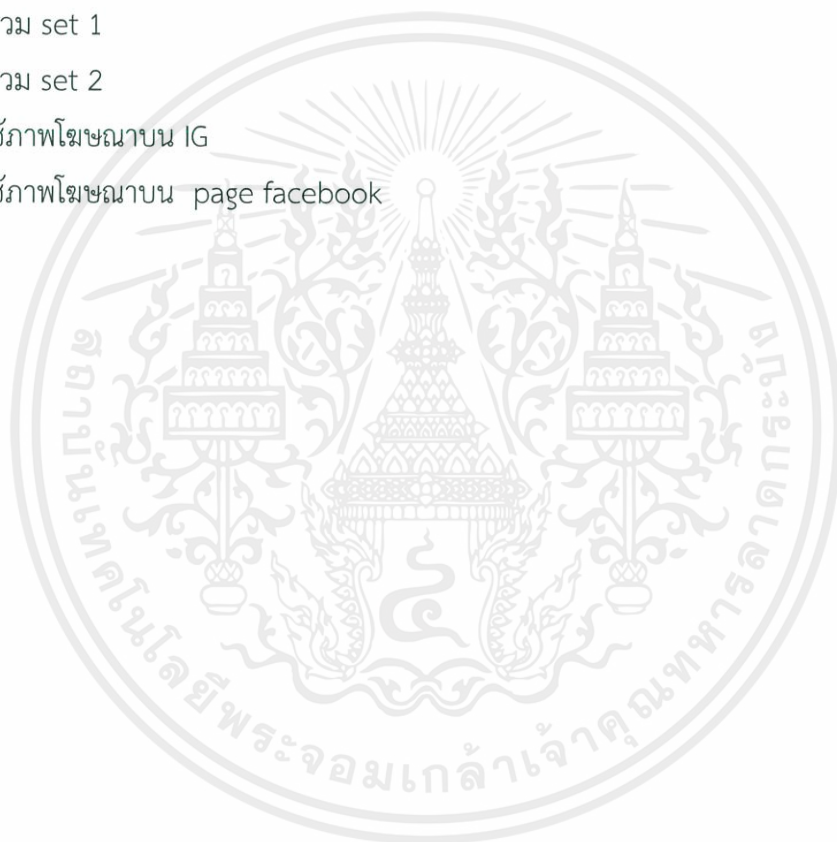
สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ	หน้า
29. นางแบบคนที่ 6	31
30. นางแบบคนที่ 7	32
31. การแต่งหน้า	32
32. ชุดเล่นตัมเบล	33
33. ชุดเล่นบาส	33
34. ชุดเล่นโยคะ	33
35. ชุดเล่นปิงปอง	34
36. ชุดกระโดดเชือก	34
37. ชุดเล่นสเก็ตบอร์ด	34
38. ชุดโหนบาร์	35
39. อุปกรณ์กีฬาประกอบฉาก	35
40. Lighting Diagrams set 1	36
41. Lighting Diagrams set 2	37
42. ภาพต้นฉบับ set 1	38
43. การตกแต่งภาพในโปรแกรม photoshop	38
44. ภาพต้นฉบับ set 2	39
45. การตกแต่งภาพในโปรแกรม photoshop	39
46. ยกตัมเบล	40
47. โยคะ	41
48. โหนบาร์	42
49. ปิงปอง	43
50. บาส	44
51. กระโดดเชือก	45
52. สเก็ตบอร์ด	46
53. วิ่ง (1)	47
54. วิ่ง (2)	48

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ	หน้า
55 วึ่ง (3)	49
56 วึ่ง (4)	50
57 ภาพรวม set 1	51
58 ภาพรวม set 2	51
59 การใช้ภาพโฆษณาบน IG	52
60 การใช้ภาพโฆษณาบน page facebook	53



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ

นักกีฬาหญิงมุสลิมประสบปัญหาผ้าคลุมฮิญาบมานานแล้ว ด้วยความที่ทางเลือกในตลาดมีน้อย หลายคนไม่มีทางเลือกมากนัก จึงจำเป็นต้องใส่ผ้าคลุมศีรษะแบบดั้งเดิมในการแข่งขันกีฬา แต่ปัญหาคือ ผ้าคลุมแบบดั้งเดิมนั้นส่วนใหญ่ทำมาจากผ้าฝ้าย ไม่ได้ออกแบบเพื่อการเล่นกีฬา และต้องไม่ลืมว่าผ้าฝ้ายนั้น อมน้ำ ดังนั้นถ้าเหงื่อออกมาก ก็จะเป็นปัญหาในการทำกิจกรรม “โปร ฮิญาบ” ของ Nike จึงมุ่งมั่นแก้ไขปัญหาเหล่านั้น ด้วยการผลิตฮิญาบที่เหมาะสมสำหรับเล่นกีฬา โดยจะทำจากเส้นใยโพลีเอสเตอร์แบบยืดหยุ่น เป็นเนื้อผ้าตาข่ายชั้นเดียว ระบายความชื้นได้ดี และยังมีสีดำที่บดแสงตามหลักการของฮิญาบ ด้วยเหตุนี้จึงต้องการถ่ายภาพโฆษณาให้เผยแพร่เป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยการใส่ความคิดสร้างสรรค์ลงไปในภาพให้น่าสนใจ

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้เห็นถึงความสำคัญของฮิญาบในบทบาทการใช้ชีวิตประจำวัน
2. ถ่ายทอดอัตลักษณ์ของมุสลิมในมุมมองใหม่ๆ
3. เป็นทางเลือกให้ผู้หญิงมุสลิมหันมาสนใจเพื่อสวมใส่ออกกำลังกาย
4. ปลุกกระแสให้ผู้คนหันมาสนใจการเล่นกีฬาและออกกำลังกาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 แนวคิด

ในกี โปรธัญยา ทางเลือกใหม่ของผู้หญิงมุสลิม เคลื่อนไหวได้อย่างมั่นใจ สวมใส่ฮิญาบที่ใช้ในแบบที่คุณเป็น

1.4 แรงบันดาลใจ

ทุกๆ ครั้งที่มีการแข่งขันกีฬาชายทางทีวี ไม่ว่าจะเป็นโอลิมปิก หรือเอเชียนเกมส์ มักจะเอาใจช่วยผู้หญิงที่คุมฮิญาบลงแข่งขันในสนามเสมอ เพราะเธอกำลังจะสวมใส่อย่างภาคภูมิใจ ทำให้มีความมั่นใจในการแข่งขันมากขึ้น

1.5 รายละเอียดทางเทคนิค

1. ถ่ายทำโดยการจัดแสงในสตูดิโอ และกลางแจ้งพร้อมแฟลชเล็ก
2. ทำกราฟฟิกประกอบภาพด้วยเทคนิค photoshop
3. ขนาดภาพทั้งหมดอยู่บนขอบเขต 20x24'' จำนวน 7 ภาพ และ 16x24 จำนวน 4 ภาพ

1.6 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย

1. ศึกษางานของช่างภาพ Tim Tadder , Julia Galdo and Cody Cloud
2. การสร้างสรรค์งานให้มีชีวิตชีวา ด้วยเทคนิค photoshop
3. การประยุกต์ชุดแฟชั่นให้มีความถูกต้องตามหลักศาสนา
4. ชุดภาพมีทั้งหมด 14 ภาพ แบ่งเป็น 2 ชุด ภาพบุคคล 7 ภาพ การวิ่งออกกำลังกาย 4 ภาพ
5. การร่างภาพที่แม่นยำและวางแผนอย่างรอบคอบ

1.7 คุณค่าของผลงาน /ประโยชน์ที่จะได้รับ

การสร้างสรรค์ผลงานในครั้งนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะสามารถทำให้ผู้ชมได้เห็นถึงความสำคัญของฮิญาบ และเป็นทางเลือกของผู้หญิงมุสลิมที่จะสวมใส่เพื่อเป็นแฟชั่นในชีวิตประจำวัน หรือจะใส่ออกกำลังกายได้อย่างภาคภูมิใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.8 ปัญหาที่คาดว่าจะเกิดและวิธีการแก้ไข

1. การประยุกต์เครื่องแต่งกายและอุปกรณ์กีฬาต้องเตรียมพร้อมก่อนถ่ายทำเพื่อไม่ให้ล่าช้า
2. งานอาจเกิดความไม่ลงตัวในส่วนของกราฟฟิก ต้องศึกษาเทคนิคในการรีทัชเพิ่มเติม
3. อาจจะมีปัญหาเรื่องการใช้สี จึงต้องศึกษาเรื่องคูสี เพื่อให้ภาพมีความสมดุล
4. เนื่องจากภาพชุดที่ 2 ถ่าย outdoor ซึ่งอาจมีฝนตก ซึ่งต้องเช็คสภาพอากาศให้ดี

1.9 งบประมาณ

- ภาพชุดที่ 1

ลำดับ	รายละเอียด	ปริมาณ	ราคา/หน่วย	จำนวนเงิน(บาท)
1	นางแบบ	7 คน	1,500	10,500
2	ช่างแต่งหน้า	3 คน	1,500	4,500
3	สัญญาณ	2 ผืน	1,000	2,000
4	อุปกรณ์กีฬา	4 ชนิด	-	1,000
5	ค่าเดินทาง	-	-	1,000
6	ค่าขนส่งชุด	5 ครั้ง	-	2,455
7	ค่าอาหาร	-	-	2,000

รวม 23,455 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ภาพชุดที่ 2

ลำดับ	รายละเอียด	ปริมาณ	ราคา/หน่วย	จำนวนเงิน(บาท)
1	นางแบบ	1 คน	1,000	1,000
2	ค่าเดินทาง	-	-	500
3	อาหาร	2	100	200

รวม 1,700 บาท

รวมงบประมาณทั้งหมด 25,115 บาท

1.10 ตารางการทำงาน

- 25/2/2563 จัดเตรียมความพร้อม
- 3/3/2563 นำเสนอ Pre - production
- 10/3/2563. ถ่ายจริง
- 12/5/2563 นำเสนอความคืบหน้า ครั้งที่ 1
- 2/6/2563 นำเสนอความคืบหน้า ครั้งที่ 2
- 29/6/2563 ส่งไฟล์ภาพ
- 5/7/2563 ปรีนภาพ
- 8/7/2563 ส่งงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

ข้อมูลในการสร้างสรรค์ผลงาน

2.1 ข้อมูลบริษัท Nike

Philip Hampson Knight เกิดเมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ ปี 1938 ที่ประเทศอเมริกา หลังจาก Knight ได้เรียนจบระดับชั้นมัธยม เขาได้เข้าไปเรียนต่อที่ University of Oregon และได้มีโอกาสเป็นนักข่าวกีฬาของหนังสือพิมพ์มหาลัย อย่าง Oregon Daily Emerald โดยในระหว่างที่เขาศึกษาอยู่ที่นี้ ก็ได้เป็นนักวิ่งของมหาลัย. ซึ่งในขณะนั้น Bill Bowerman เป็นโค้ชฝึกสอนภาคสนามผู้มีชื่อเสียง แห่งมหาวิทยาลัยออเรกอน ทั้งคู่มองเห็นตรงกันว่า เทคโนโลยีรองเท้าวิ่งควรได้รับการพัฒนา นั่นคือแรงบันดาลใจที่ทำให้พวกเขาพร้อมกันลงทุนคนละ 500 ดอลลาร์สหรัฐ (ราว 16,000 บาท) เพื่อเปิดบริษัทนำเขารองเท้ากีฬาซึ่งต่อมากจะกลายเป็น Nike ที่เรารู้จักกัน

- 1964 Bill Bowerman และ Phil Knight เป็นสองผู้ก่อตั้งบริษัทนำเขารองเท้าอย่าง Blue Ribbon Sports โดยนำเขารองเท้าจากประเทศญี่ปุ่นอย่าง Onitsuka Tiger
- 1966 ทั้งคู่ได้เปิดตัวร้านค้าปลีก Blue Ribbon Sports นำเขารองเท้าวิ่ง เมื่อบริษัทเริ่มเติบโตขึ้น มียอดสั่งซื้อมากขึ้น พวกเขาจึงเริ่มสนใจเข้าสู่การผลิต และได้ยกเลิกนำเข้าสินค้าจาก Onitsuka Tiger
- 1971 ก็ได้ผลิตรองเท้า Nike ขึ้นมาเป็นครั้งแรก และเปิดตัวโลโก้ Swoosh ที่มีชื่อเสียง เนื่องจากในช่วงที่เหลือีกไม่กี่ปีจะต้องสั่งซื้อแบรนด์ใหม่เพื่อการโฆษณา เพราะรองเท้าใหม่เริ่มผลิตไปแล้ว เขาก็ได้คำแนะนำของ Jeff Johnson พนักงานขายคนแรกของ BRS ให้ใช้ชื่อ “ไนกี้” เพราะเขาฝันเห็นเทพเจ้าแห่งชัยชนะ แม้ว่า Phil Knight จะลังเลกับชื่อนี้ แต่ด้วยความหมายของชื่อ และดีกว่ายี่ห้อส่งขายรองเท้าไปแบบไม่มีแบรนด์เป็นตัวเป็นตน เขาจึงยอมใช้ชื่อนี้ ออกแบบโดย Carolyn Davidson นักศึกษาปริญญาโทมหาลัยพอร์ตแลนด์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 1978 ก่อนจะเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น Nike ทั้งคู่ได้แรงบันดาลใจในการตั้งชื่อ Nike มาจากชื่อเทพปกรณัมกรีก เธอเป็นเทพีบุคคลาธิษฐานแห่งชัยชนะ โดยมีสำนักงานใหญ่อยู่ที่เมือง ออเรกอน สหรัฐอเมริกา
- 1980 Nike ก็ได้เข้าสู่การเป็นบริษัทมหาชน โดยเปิดขายหุ้นให้แก่สาธารณะชน มีรายงานว่า Nike นั้นได้ยึดครองส่วนแบ่งทางการตลาดด้านรองเท้ากีฬามากถึง 50% ของสหรัฐฯ โดยวัยรุ่นนิยมใส่รองเท้าไนกี้ออกมาเดินตามท้องถนน นอกจากการเล่นกีฬา ไนกี้รุกรการโฆษณาด้วยการเซ็นสัญญากับนักกีฬาดังให้มาเป็นพรีเซนเตอร์ให้กับแบรนด์อาทิ ไมเคิล จอร์แดน ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างมาก จึงเป็นต้นแบบเซ็นสัญญากับนักกีฬาอาชีพคนอื่น ๆ ความนิยมในสินค้าไนกี้มีมากขึ้นจนภายหลังได้แตกไลน์ธุรกิจไปสู่สินค้าอื่นภายใต้คอนเซป “แบรนด์สปอร์ต แฟชั่น”
- 1988 Steve Prefontaine นักวิ่งดาวรุ่งที่สร้างสถิติ 7 รายการแข่งขันวิ่งในสหรัฐอเมริกา มาเป็น Brand ambassador ของ Nike คนแรก. และแคมเปญ Just Do It มาจากประสบการณ์ตรงในช่วงก่อสร้างตัวของ ไนท์ ในช่วงเวลาที่เขาอยากริเริ่มธุรกิจนำเข้ารองเท้าจากประเทศญี่ปุ่นมาขาย แนะนำตัวเองว่าเป็นตัวแทนของบริษัทหนึ่งในสหรัฐ ทั้งๆที่ตอนนั้นยังไม่มีที่ตั้งบริษัทขึ้นเลย จากนั้นก็สั่งให้ผลิตรองเท้าผ้าใบ โดยยังไม่รู้ว่าเอาเงินจากไหนมาจ่าย แต่ตอนนั้น ไนท์ เพียงแค่รู้ว่า ถ้าไม่ทำ สิ่งที่ทำมาทั้งหมดก็สูญเปล่า ดังนั้น Just Do It ไปเลยดีกว่า
- 1998 Nike ถูกบอยคอตจากลูกค้าในเรื่องของการกดขี่แรงงานและไม่ได้รับความเป็นธรรมในเรื่องของค่าแรง แคมสถานที่การผลิตรองเท้าก็ยังไม่ค่อยดี จึงส่งผลให้ ยอดขายของ Nike ตกฮวบ ทำให้ Knight เองนั้นประสบกับปัญหาทางการเงินอย่างหนัก และจำเป็นต้องจะตั้ง Layoff พนักงานออก และจำเป็นต้องเร่งรีบแก้ไขในเรื่องดังกล่าว ด้วยการจ่ายค่าแรงขั้นต่ำที่เป็นธรรมต่อแรงงาน และปรับสถานที่การผลิตรองเท้าให้มีอากาศถ่ายเทได้สะดวก ซึ่งฝันร้ายของ Nike ในครั้งนี้กินเวลาร่วมทศวรรษ จนกระทั่งภาพลักษณ์ของ Nike ดีขึ้นเรื่อย ๆ และกลับมาอยู่ในใจของผู้บริโภคได้อีกครั้ง
- 2003 Nike ประกาศเข้าซื้อกิจการคอนเวิส ด้วยมูลค่า 9675 ล้านดอลลาร์ เพราะคอนเวิสใกล้ล้มละลายหลังจากการบริหารจัดการ และไนกี้มีเทคโนโลยีการผลิตที่ครบครัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 2012 Nike ได้สร้างรองเท้าผ้าใบที่หลากหลายและมีน้ำหนักเบามากขึ้น โดยมี Flyknit เทคโนโลยี เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยยกระดับประสิทธิภาพการเล่นกีฬา
- 2017 ไนกี้เปิดตัวฮิญาบสำหรับนักกีฬาหญิงชาวมุสลิมที่ใช้ชื่อว่า Nike Pro Hijab เพราะนักกีฬากลุ่มนี้มักประสบปัญหาเคลื่อนไหวได้ไม่สะดวกเท่าที่ควร เวลาสวมฮิญาบแบบดั้งเดิมลงแข่งขันกีฬา
- 2020 เปิดตัวชุดว่ายน้ำ The Nike Victory สำหรับหญิงมุสลิมรุ่นใหม่ที่มีการันตีความสะดวกปกปิดผิวมิดชิด และปลอดภัยกว่าการสวมเสื้อหลายชั้นที่หญิงมุสลิมเคยปรับแต่งชุดว่ายน้ำกันเองมาก่อนหน้านี้

2.2 ข้อมูลสินค้า Nike pro Hijab

2.2.1 ที่มา

ในปี 2017 Nike สร้างความฮือฮาให้กับวงการแฟชั่นกีฬาเมื่อประกาศว่ากำลังเข้าสู่ธุรกิจฮิญาบ ไนกี้ โปร ฮิญาบ เกิดขึ้นจากแรงบันดาลใจของ ซาร่าห์ อัดทาร์ (Sarah Attar) นักวิ่งหญิงทีมชาติซาอุดีอาระเบีย ที่สวมฮิญาบลงแข่งขันในกีฬาโอลิมปิก 2012 ที่กรุงลอนดอน และ อัมนา อัล ฮัดดัด (Amna Al Haddad) นักยกน้ำหนักหญิงทีมชาติสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ที่ลงแข่งขันกีฬาโอลิมปิก 2016 ที่กรุงรีโอเดจาเนโร

ช่วงหลายปีที่ผ่านมา กระแสผู้หญิงมุสลิมในแถบตะวันออกกลางมีกิจกรรมออกกำลังกายมากขึ้น และมีจำนวนไม่น้อยที่กลายเป็นนักกีฬาลงแข่งขันในสนามนานาชาติ แต่ปัญหาที่พวกเขาพบเจอคือไม่ค่อยมีผ้าฮิญาบแบบสปอร์ตวางจำหน่าย ทำให้ต้องใช้ผ้าแบบเดิมที่ไม่ทำให้คล่องตัวนัก อย่างฮิญาบที่เป็นผ้าฝ้ายจะแห้งช้า ทำให้ศีรษะเปียก บางรุ่นก็ไม่ระบายความร้อน เป็นต้น

ด้วยเหตุนี้ ไนกี้จึงตั้งทีมออกแบบผ้าฮิญาบขึ้นมา มีนักกีฬาหญิงมุสลิม อาทิ Zahra Lari นักกีฬาสเก็ตหญิงคนแรกของสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ Amma Al Haddad นักยกน้ำหนักโอลิมปิกจากชาติเดียวกัน และ Manal Rostom นักวิ่ง/นักไตรกีฬาจากดูไบร่วมด้วยช่วยออกแบบ พวกเขาจะเป็นผู้ทดลองสินค้าและให้คำแนะนำว่าควรดีไซน์อย่างไรจึงจะแก้ปัญหาได้มากที่สุด

ใช้เวลาแค่ปีกว่า Nike Pro Hijab ก็พัฒนาสำเร็จ โดยทำจากโพลีเอสเตอร์เนื้อเบา แห้งเร็ว ระบายความร้อนได้ดี มียางยืดที่สามารถปรับให้เข้ากับรูปหน้าและเก็บเส้นผมได้หมดจด ไนกี้ได้วางจำหน่าย Pro Hijab ช่วงต้นปี 2018 ราคาจำหน่ายอยู่ที่ผืนละ 35 เหรียญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Nike เชื่อว่านี่อาจเป็นทางเลือกใหม่ในตลาด ในการใช้เทคโนโลยีขั้นสูงที่มีในมือเพื่อสร้างฮิญาบที่มีประสิทธิภาพสูง และใช้ข้อได้เปรียบของการเป็นแบรนด์ระดับโลกในการกระจายสินค้าให้ได้จัดจำหน่ายทั่วโลก

ที่มออกแบบจำเป็นต้องคำนึงถึงประเด็นทางวัฒนธรรมในขณะที่พวกเขาพัฒนาฮิญาบ ตัวอย่างเช่นมีความแตกต่างในระดับภูมิภาคหลายประการกับวิธีการสวมใส่ฮิญาบ ดังนั้น Pro Hijab จึงพยายามปรับปรุงแบบ ให้หลากหลายมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

2.2.2 คุณสมบัติ

- 1) มีน้ำหนักเบา
- 2) เทคโนโลยี Dri-FIT ให้ความสบายในการดูดซับความชื้น
- 3) การผลิตผ้าตาข่ายที่มีรูระบายอากาศเล็กๆ
- 4) มีความคล่องตัวและยืดหยุ่น
- 5) คลุมศีรษะและลำคอ ครอบรูปหน้าได้อย่างดี
- 6) มี Nike® โลโก้ กราฟฟิก
- 7) Brand : Nike
- 8) ประเทศต้นกำเนิด : USA
- 9) เนื้อผ้า : 92% polyester / 8% spandex
- 10) สี : ขาว ดำ เทา น้ำเงิน ฟ้า เขียวเข้ม น้ำตาล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 1 ภาพสินค้า ฮีญาบ

ที่มา : <https://www.nike.com/th/> (2020)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.3 ข้อมูลการตลาด Nike pro hijab

กลุ่มเป้าหมาย

- 1) ผู้หญิงมุสลิมทั่วโลก
- 2) นักกีฬาหญิงมุสลิม
- 3) อายุ 16 - 40 ปี
- 4) ต้องการใส่ฮิญาบ ออกกำลังกาย เล่นกีฬา
- 5) ต้องการสวมใส่เป็นแฟชั่น ฮิญาบ

กีฬาที่ผู้หญิงมุสลิมใส่ฮิญาบลงแข่งขัน

- 1) ฟุตบอล
- 2) บาสเกตบอล
- 3) คริกเก็ต
- 4) ฟันดาบ
- 5) สเก็ตลีลา
- 6) ฮ็อกกี้น้ำแข็ง
- 7) ศิลปะการต่อสู้
- 8) ปีนเขา
- 9) เทนนิส
- 10) กรีฑา
- 11) วอลเลย์บอล
- 12) ยกน้ำหนัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.4 กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด 4 p



รูปที่ 2 กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด 4 p

2.2.5 จุดแข็ง-จุดอ่อนของผลิตภัณฑ์

จุดแข็ง

- 1) เนื้อผ้านำหนักเบา ทำจากโพลีเอสเตอร์ สวมใส่สบาย
- 2) เป็นผ้าตาข่ายระบายอากาศได้ดี
- 3) ทึบแสง
- 4) มีความยืดหยุ่น
- 5) สีที่มีความเป็นกลาง ไม่ฉูดฉาด
- 6) ทำความสะอาดง่าย
- 7) มีโลโก้ swoosh เห็นเด่นชัด

จุดอ่อน

- 1) มีสีให้เลือกไม่มากนัก
- 2) ยังอยู่ในขั้นพัฒนา การออกแบบ
- 3) ราคาค่อนข้างสูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.6 คู่แข่ง

1. Adidas Training Hijab



รูปที่ 3 ฮีญาบ แบนด์ อดีดาส

ที่มา : <https://www.picuki.com/profile/adidasZA> (2020)

ฮีญาบของ adidas มีความกระชับดี มีประสิทธิภาพ ช่วยให้การเคลื่อนไหวมีประสิทธิภาพ เนื้อผ้านุ่มระบายอากาศได้ ครอบคลุมเส้นผมและคอ และยังจัดการความชื้น ทำให้รู้สึกแห้งสบาย ฮีญาบมีน้ำหนักเบา ทำจาก 71% Nylon 29% Elastane
ราคา 26.95 \$/ 820 ฿

- ภาพถ่ายโฆษณา



รูปที่ 4 ภาพโฆษณา ฮีญาบ แบรินด์ อดีดาส

ที่มา : shorturl.at/qtKW4 (2020)

แบรินด์ Adidas มีฮีญาบดีไซน์เดียว และมีสีเดียว มีการโปรโมทน้อย ทำให้ไม่เป็นที่รู้จักมากนัก ภาพถ่ายโฆษณาเป็นการออกกำลังกาย เทรนนิ่งในชีวิตประจำวันที่ค่อนข้างจริงจัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. Capsters sport hijab



รูปที่ 5 อีญาบแบรนด์ แคปสเตอร์

ที่มา : <https://www.capsters.com/> (2020)

Capsters แบนรด์อีญาบสปอร์ต จากประเทศเนเธอร์แลนด์ ดีไซน์โดย Cindy van den Bremen เธอได้ดีไซน์อีญาบให้กับเด็กผู้หญิงคนหนึ่งเพื่อใช้ในการเล่นกีฬาให้มีความสะดวกมากขึ้น เธอเห็นปัญหาของอีญาบบางๆ และผู้คนต่างต้องการสั่งซื้อ เธอจึงตัดสินใจเปิดตัวแบรนด์แคปเตอร์ในปี 2001

ในปี 2008 และลงขายทั่วโลกผ่าน webshop และมีผู้ค้าปลีกในกว่า 15 ประเทศทั่วโลก Capsters เชื่อว่าอีญาบไม่ควรจำกัด ผู้หญิงในการฝึกกีฬาทุกที่ทุกเวลา

แคปเตอร์ออกแบบอีญาบสำหรับฟุตบอล ซึ่งได้รับการอนุมัติอย่างเป็นทางการจาก FIFA ซึ่งได้รับการทดสอบและรับรองความปลอดภัย

ราคา 98.90\$ / 1190 ฿

- ภาพถ่ายโฆษณา



แบรนด์ Capsters มีอีญาบที่มีดีไซน์ค่อนข้างหลากหลาย นิยมในกลุ่มนักกีฬาที่มีอาชีพ ยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ภาพโฆษณายังไม่ค่อยดึงดูดมากนัก มีความเรียบง่าย เผยแพร่เพียงแค่นี้ในเว็บไซต์ของแบรนด์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. Aura Naelofar Sport Hijab



รูปที่ 7 อีญาบแอรนด์ ออรา

ที่มา : <https://www.naelofarandmore.com/> (2020)

Aura แอรนด์อีญาบ ของประเทศมาเลเซีย เหมาะสำหรับผู้ที่ชื่นชอบกีฬา ซึ่งเป็นอีญาบที่ตอบโจทย์นักกีฬากีฬามุสลิม เนื่องจากผ้าที่ทนทานและระบายอากาศได้ดี มีน้ำหนักเบาและวัสดุกันเหงื่อ จึงเหมาะสำหรับกีฬาทุกประเภท

วัสดุที่ใช้ดูดซับความชื้นจากร่างกายไปยังภายนอกทำให้ศีรษะและคอของแห้งตลอดเวลาการเย็บและความยืดหยุ่นที่เหมาะสม ทำให้ยืดหยุ่น เหมาะสมกับรูปร่างและขนาดของใบหน้า

ราคา 28\$ / 860 ฿

- ภาพถ่ายโฆษณา



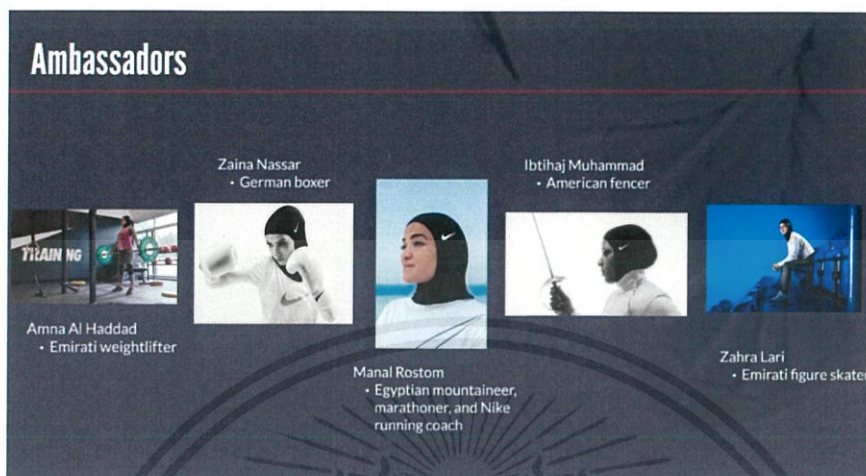
รูปที่ 8 ภาพถ่ายโฆษณา ฮีญาบ แกรนด์ ออรา

ที่มา : <https://www.naelofarandmore.com/> (2020)

แบรนด์ Aura เป็นฮีญาบที่มีดีไซน์หลากหลาย กลุ่มเป้าหมายมีมากในแถบเอเชีย ประเทศมุสลิม ภาพโฆษณามีสีสันและทันสมัยประยุกต์กับเครื่องแต่งกาย สปอร์ตแฟชั่น มีในเว็บไซต์ IG, facebook

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.7 ตัวอย่างโฆษณา. NIKE PRO SPORT HIJAB



รูปที่ 9 นักกีฬาที่เป็นแบรนด์แอมบาสเดอร์

ที่มา : <https://www.businessinsider.com/nike-sport-hijab-2017-3> (2020)

ในกีฬาก็จะให้นักกีฬาตัวจริงที่มีชื่อเสียง ในประเทศต่างๆที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย มาโปรโมทแบรนด์เสมอ



รูปที่ 10 ฮิญาบไนกี้กับภาพถ่ายแฟชั่นของ Halimah Aden

ที่มา : <https://www.allure.com/story/halima-aden-cover-story-july-2017> (2020)

ถ่ายภาพโดย Solve Sundsbo Allure Magazine ฮาลิมา เอดิน นางแบบหญิงมุสลิมเชื้อสายเคนย่า คนแรกในอเมริกา ถ่ายแฟชั่นลงนิตยสาร allure สวมฮิญาบไนกี้ ประยุกต์กับเครื่องแต่งกายแฟชั่นรูปแบบต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 11 อิญาบไนกี กับนักกีฬาฟันดาบ Ibtihaj Muhammad

ที่มา : shorturl.at/fUV9 (2020)

ถ่ายภาพโดย Tom Schirmacher; เครื่องแต่งกายโดย Sarah Zendejas. July 2019 issue of ELLE อิบติฮัจ มุฮัมหมัด เป็นนักฟันดาบมุสลิมที่ได้เหรียญทองแดงในกีฬาโอลิมปิก ณ.ริโอดีเจเนโร ประเทศบราซิล



รูปที่ 12 Nike Pro Hijab Campaign

ที่มา : <https://news.nike.com/news/nike-pro-hijab>

Nike Pro Hijab Campaign ถ่ายภาพ โดย Rick Guest โดยการนำนักกีฬามุสลิมที่มีชื่อเสียงมาถ่ายภาพโปรโมท ในโทน ขาวดำ ที่แสดงลีลา ท่าทางที่สง่างามของนักกีฬา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 13 ภาพโปรโมทบนไอจี ของ Zeina Nassar นักมวยหญิงมุสลิม

ที่มา : <https://www.instagram.com/p/Bc2juxfHnjp/> (2020)

การลงภาพพร้อมคำบรรยาย เพื่อแสดงจุดยืนใน IG ของเธอ ที่มีผู้ติดตามกว่า 92,000 คน



รูปที่ 14 ภาพถ่าย Zeina Nassar นักมวยหญิงมุสลิม ชาวเยอรมัน

ที่มา : <http://www.henningheide.de/theme/sport/set/Zaina-Nassar/868> (2020)

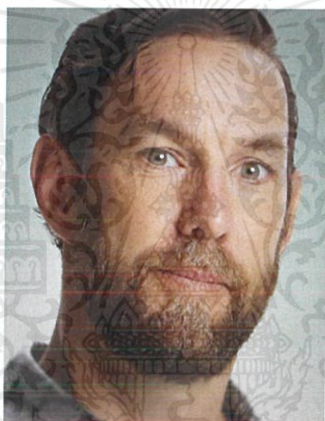
ถ่ายภาพโดย Henning Heide เซน่า นาซซา นักมวยหญิงอาชีพชาวเยอรมันกับภาพ portrait ที่แสดงถึงความเป็นหญิงนักรู้และความมุ่งมั่นของเธอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 ช่างภาพที่เป็นแรงบันดาลใจในการถ่ายภาพ

2.3.1 Tim Tadder

Tim Tadder เป็นช่างภาพถ่ายโฆษณา ชาวแคลิฟอร์เนีย, มีความเชี่ยวชาญในการสร้างสรรค์ผลงาน โดยเฉพาะคน หรือ นักกีฬา จะมีแอคชั่นที่น่าตื่นเต้น และ แนวคิดประกอบกันอย่างน่าสนใจ เขามักจะใช้แฟลชแฟลค แสงสีกับโลเคชั่น ในการถ่ายภาพ ทำให้ผลงานของเขามีความล้ำแตกต่าง และมีความแปลกใหม่เสมอ



รูปที่ 15 Tim Tadder

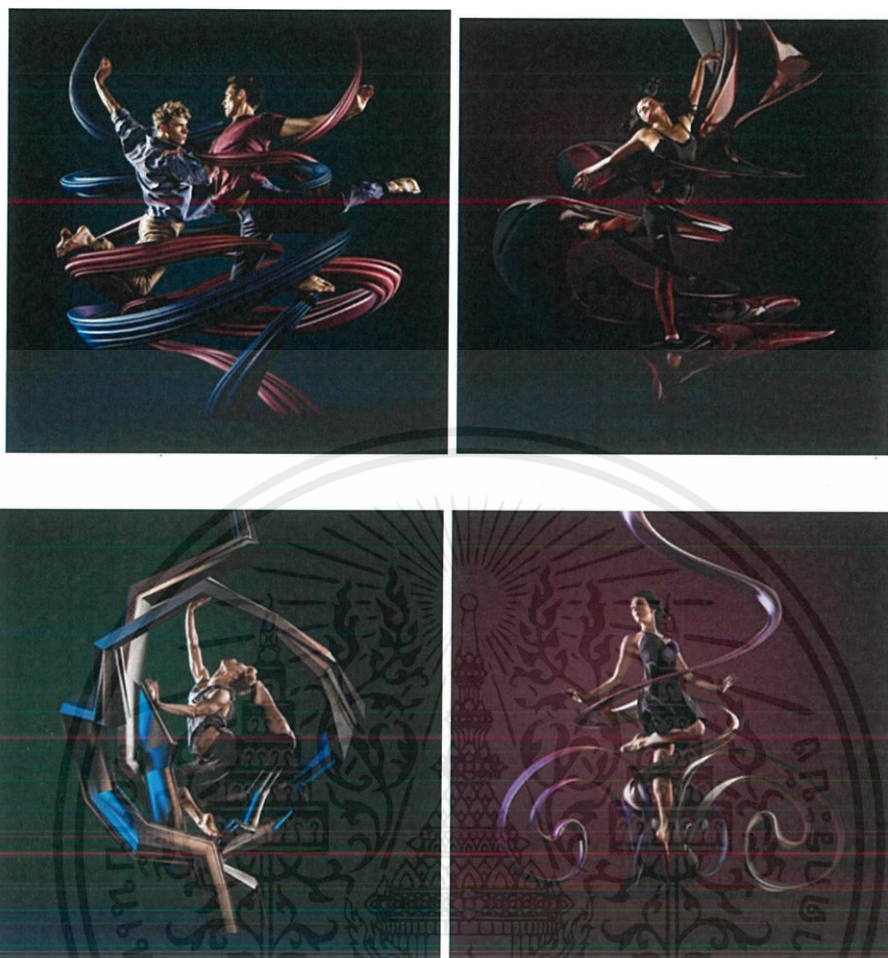
ที่มา : shorturl.at/mnIP1 (2020)



รูปที่ 16 ตัวอย่างงานของศิลปิน (Explosive Color)

ที่มา : shorturl.at/gTXY1 (2020)

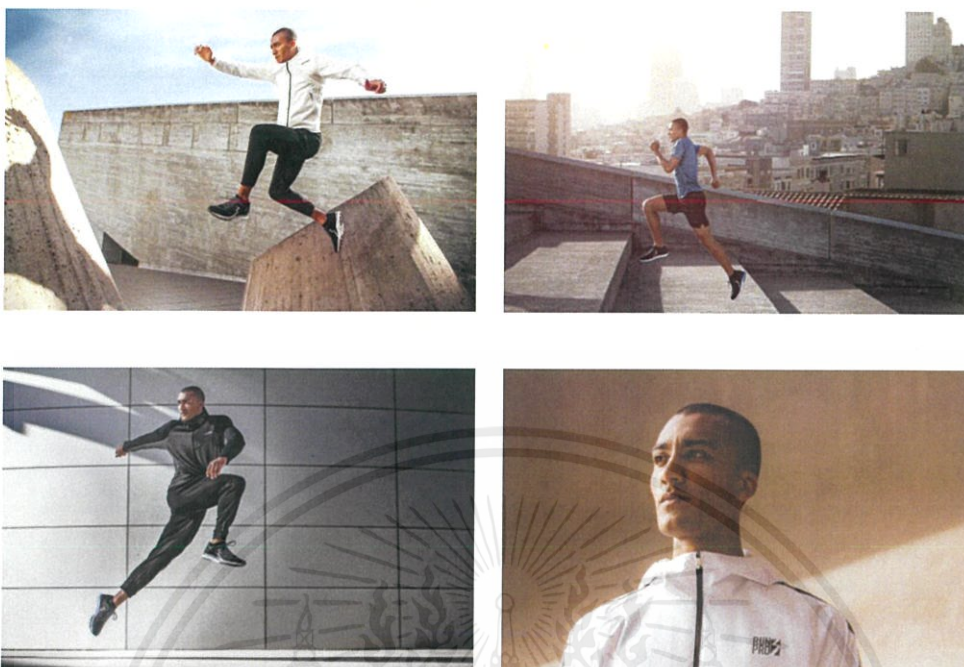
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 17 ตัวอย่างงานของศิลปิน (MOTION IN AIR 2)

ที่มา : <https://www.behance.net/gallery/6772235/MOTION-IN-AIR-2> (2020)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 18 ตัวอย่างงานของศิลปิน (The First Couple of Sport)

ที่มา : shorturl.at/ikBG3 (2020)

วิเคราะห์

ภาพถ่ายของทีม ส่วนใหญ่มักจะใช้แบบที่เป็นนักกีฬาจริงๆ ให้อารมณ์น่าตื่นตาตื่นใจ การเคลื่อนไหวของนักกีฬาให้ความแข็งแรงและจริงจัง งานของเขาโดดเด่นเรื่องแสงและสีพร้อมด้วยเอฟเฟกต์รูปแบบต่างๆ ที่เสริมให้ตัวแบบมีเอกลักษณ์และน่าสนใจมากขึ้น เขามักสร้างสิ่งใหม่ๆ ให้งานแต่ละชุดน่าจดจำเสมอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.2 Julia Galdo and Cody Cloud

JUCO เป็นผลงานการถ่ายภาพร่วมกันของ Julia Galdo และ Cody Cloud พวกเขาพบกันครั้งแรกที่สถาบันศิลปะซานฟรานซิสโกในปี 2545 ซึ่งโคดี้ได้รับ MFA ปริญญาโทในด้านการถ่ายภาพ ส่วนจูเลียเธอได้รับ BFA ปริญญาตรีด้านทัศนศิลป์ และจัดตั้งทีมร่วมกันในนาม JUCO ตั้งอยู่ที่รัฐแคลิฟอร์เนีย การทำงานเป็นคู่ของพวกเขาได้สร้างสรรค์ผลงานอย่างลงตัว ในส่วนของจูเลียจะดำเนินงานทางด้านการเตรียมความพร้อมก่อนทำงาน ไม่ว่าจะเป็นการคุยกับลูกค้า ไอเดียต่างๆ ในขณะที่โคดี้จะเตรียมความพร้อมในด้านการถ่ายทำร่วมกับทีมงาน ในด้านการเซ็ต และเทคนิคต่างๆ ระหว่างการทำงานก็มีสลับกันถ่ายบ้าง ช่วยกันสนับสนุนความคิด หรือช่วยกันแก้ปัญหาเพื่อให้งานออกมาดีที่สุด เพราะพวกเขาให้ความสำคัญกับ subject เป็นอย่างมาก

ผลงานงานของพวกเขามีสีสันสดใสและให้ความมีชีวิตชีวา ได้รับอิทธิพลมาจาก Guy Bourdin และเพิ่มจินตนาการแปลกใหม่ ที่ได้อิทธิพลจาก Tim Walker ผสานกันได้อย่างลงตัว



รูปที่ 19 Julia Galdo and Cody Cloud

ที่มา : https://create.adobe.com/2015/9/29/_5_questions.html (2020)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 20 ตัวอย่างงานของศิลปิน (XXL Cover Story: Big Sean)

ที่มา : <https://www.behance.net/gallery/35796301/XXL-Cover-Story-Big-Sean> (2020)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 21 ตัวอย่างงานของศิลปิน (Pop Rocks, with Erin D. Garcia)

ที่มา : <https://www.behance.net/gallery/13432821/Pop-Rocks-with-Erin-D-Garcia> (2020)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 22 ตัวอย่างงานของศิลปิน (Target Branding shit)

ที่มา : <https://www.behance.net/gallery/58303411/Target-Branding> (2020)

วิเคราะห์

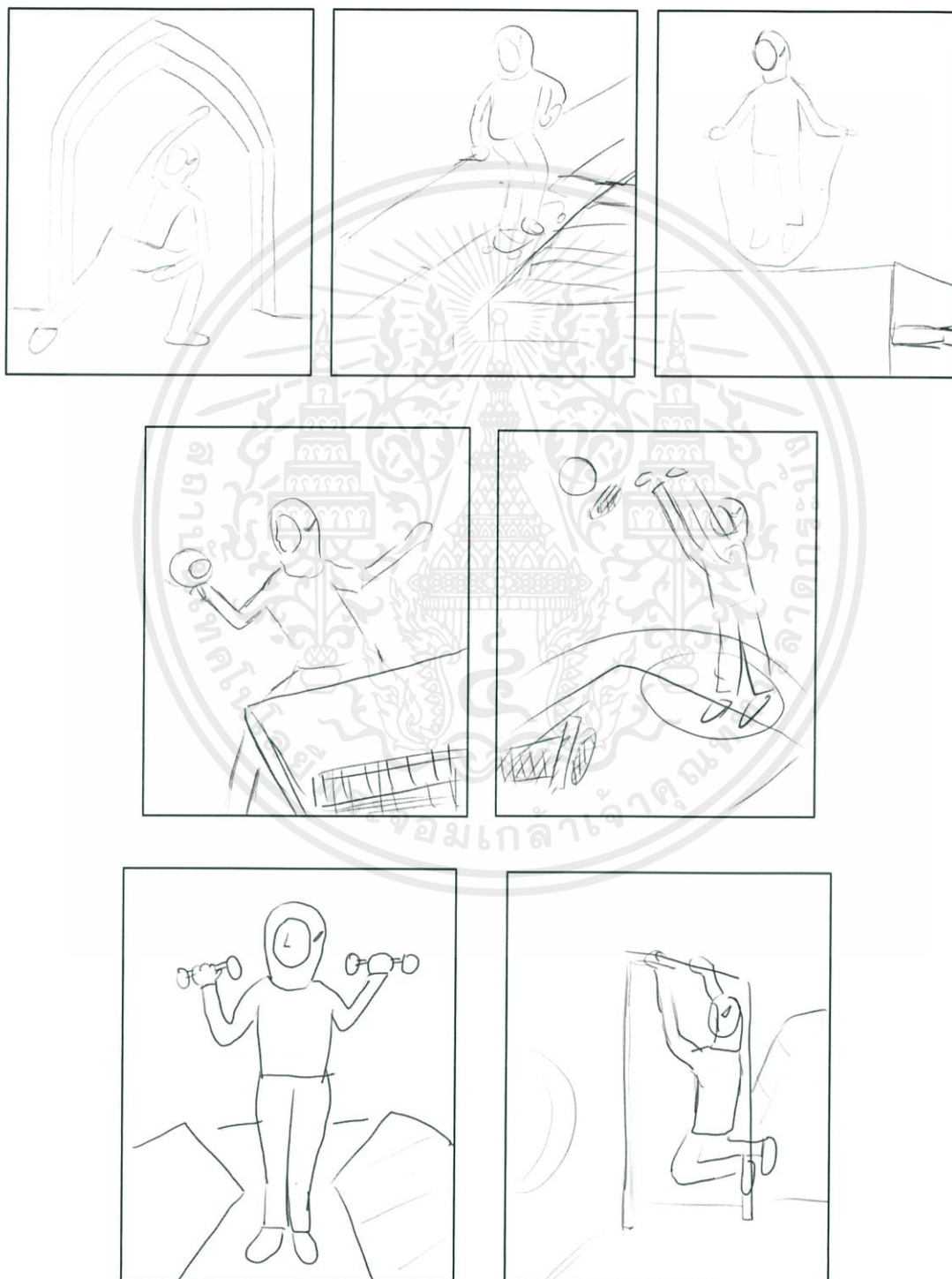
งานของ จูโค มีความ pop art สีสดใส ตัวแบบมีความเป็นธรรมชาติ อารมณ์ดี สนุกสนาน แสง
 คลื่นๆ มีองค์ประกอบกราฟิกเรขาคณิต หรือกราฟิก free form เรียบง่ายผสมกับพื้นหลังอย่างลง
 ตัว จึงอยากอยากรนำความโดดเด่นของศิลปินดังกล่าว มาเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์งานครั้งนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการสร้างสรรค์ผลงาน

3.1 ภาพร่างตัวอย่างก่อนถ่ายจริง



รูปที่ 23 ภาพร่างก่อนถ่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 การเตรียมงานก่อนสร้างสรรค์ผลงาน

3.2.1 นางแบบ



รูปที่ 24 นางแบบคนที่ 1

นุรอิดายู

น้ำหนัก. : 57
 ส่วนสูง : 167
 รongเท้าเบอร์ : 39
 อายุ : 23



รูปที่ 25 นางแบบคนที่ 2

อัสมา

น้ำหนัก. : 45
 ส่วนสูง : 163
 รongเท้าเบอร์ : 36
 อายุ : 23



รูปที่ 26 นางแบบคนที่ 3

มาน้ำล

น้ำหนัก. : 40
 ส่วนสูง : 157
 รongเท้าเบอร์ : 37
 อายุ : 25

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เดียร์

น้ำหนัก. : 50
 ส่วนสูง : 168
 รองเท้าเบอร์ : 41
 อายุ : 22

รูปที่ 27 นางแบบคนที่ 4



แจน

น้ำหนัก. : 41
 ส่วนสูง : 167
 รองเท้าเบอร์ : 39
 อายุ : 22

รูปที่ 28 นางแบบคนที่ 5



ซินัท

น้ำหนัก. : 51
 ส่วนสูง : 167
 รองเท้าเบอร์ : 39
 อายุ : 25

รูปที่ 29 นางแบบคนที่ 6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



โยรีต้า

น้ำหนัก. : 57
 ส่วนสูง : 167
 รองเท้าเบอร์ : 39
 อายุ : 27

รูปที่ 30 นางแบบคนที่ 7

3.2.2 แต่งหน้า

นางแบบจะเน้นการแต่งหน้าแบบ every day look ไม่จัดเกินไป



รูปที่ 31 การแต่งหน้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.3 เครื่องแต่งกาย

ใช้ชุดแฟชั่นทั่วไปที่เรียบง่ายในชีวิตประจำวัน ปกปิดร่างกายตามหลักศาสนา ที่อนุญาตให้เห็นเพียงใบหน้า และมือ



รูปที่ 32 ชุดเล่นดัมเบล

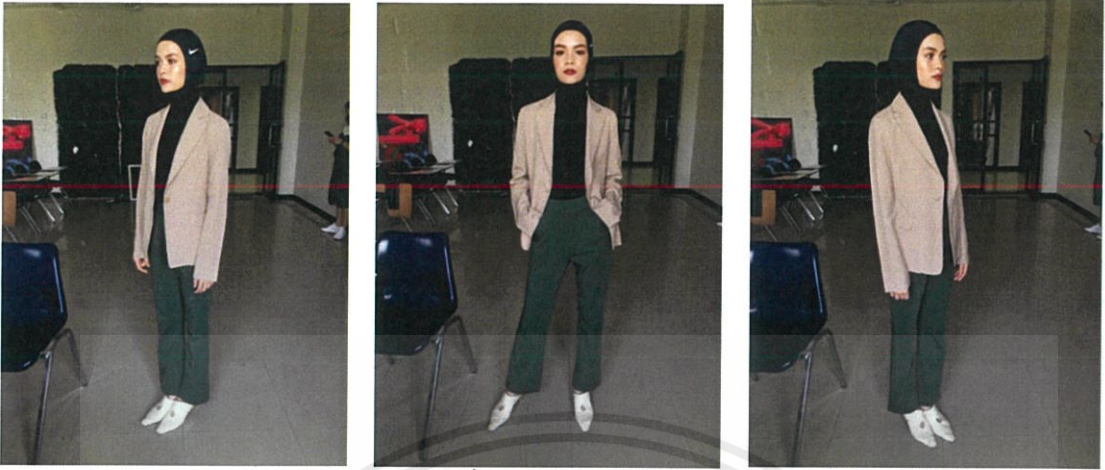


รูปที่ 33 ชุดเล่นบาส



รูปที่ 34 ชุดเล่นโยคะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 35 ชุดเล่นปิงปอง

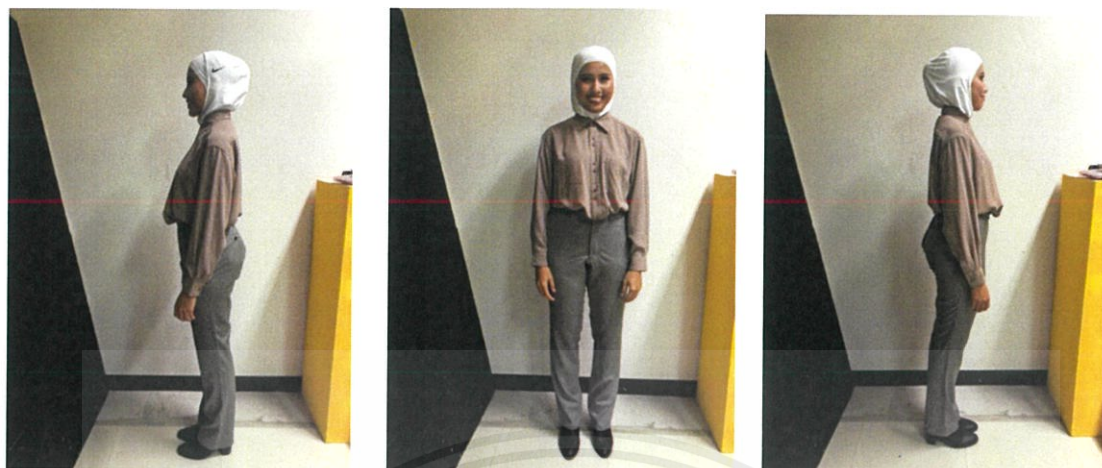


รูปที่ 36 ชุดกระโดดเชือก



รูปที่ 37 ชุดเล่นสเก็ตบอร์ด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 38 ชุดโหนบาร์

3.2.4 อุปกรณ์ประกอบฉาก



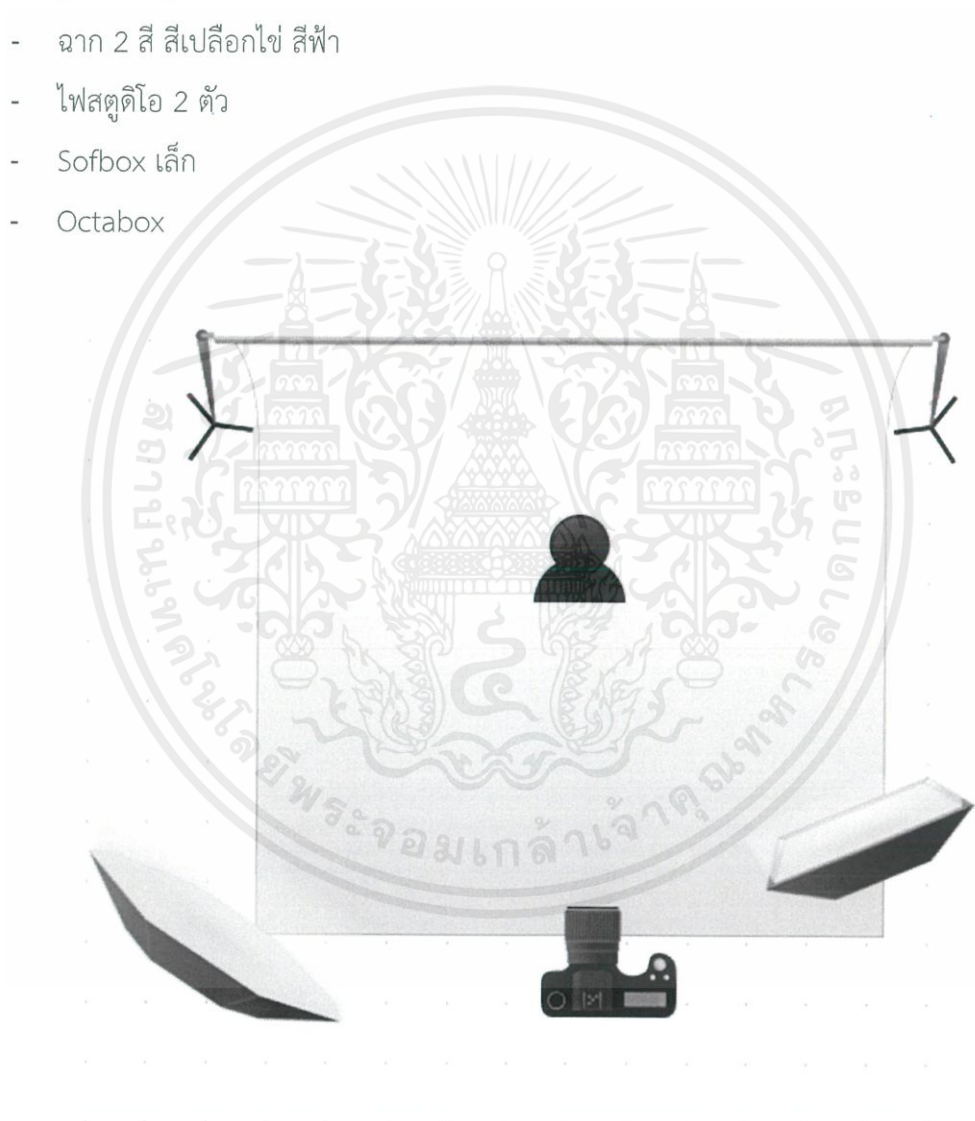
รูปที่ 39 อุปกรณ์กีฬาประกอบฉาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.5 Lighting Diagrams

ภาพถ่ายชุดที่ 1

- กล้อง Nikon d850 เลนส์ 24-120 mm
- ขาตั้งกล้อง
- ฉาก 2 สี สีเปลือกไข่ สีฟ้า
- ไฟสตูดิโอ 2 ตัว
- Sofbox เล็ก
- Octabox



รูปที่ 40 Lighting Diagrams set 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพถ่ายชุดที่ 2

- กล้อง Nikon d850 เลนส์ 24-120 mm
- Flash Godox v860
- trigger



รูปที่ 41 Lighting Diagrams set 2

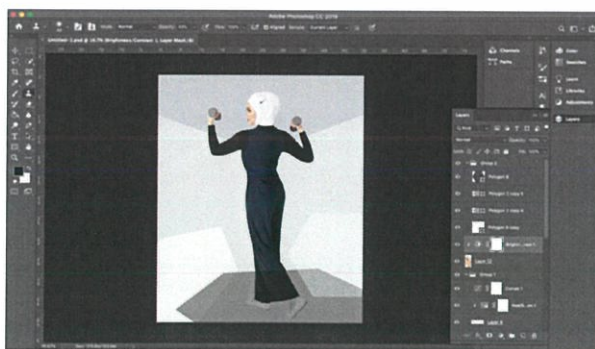
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 ขั้นตอนการตกแต่งภาพ

3.3.1 ตัวอย่างการตกแต่งภาพชุดที่ 1



รูปที่ 42 ภาพต้นฉบับ set 1



รูปที่ 43 การตกแต่งภาพในโปรแกรม photoshop

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.2 ตัวอย่างการตกแต่งภาพชุดที่ 2



รูปที่ 44 ภาพต้นฉบับ set 2



รูปที่ 45 การตกแต่งภาพในโปรแกรม photoshop

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4
ผลงานจริง



รูปที่ 46 ยกดัมเบล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 47 โยคะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 48 โหนบาร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 49 ปิงปอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



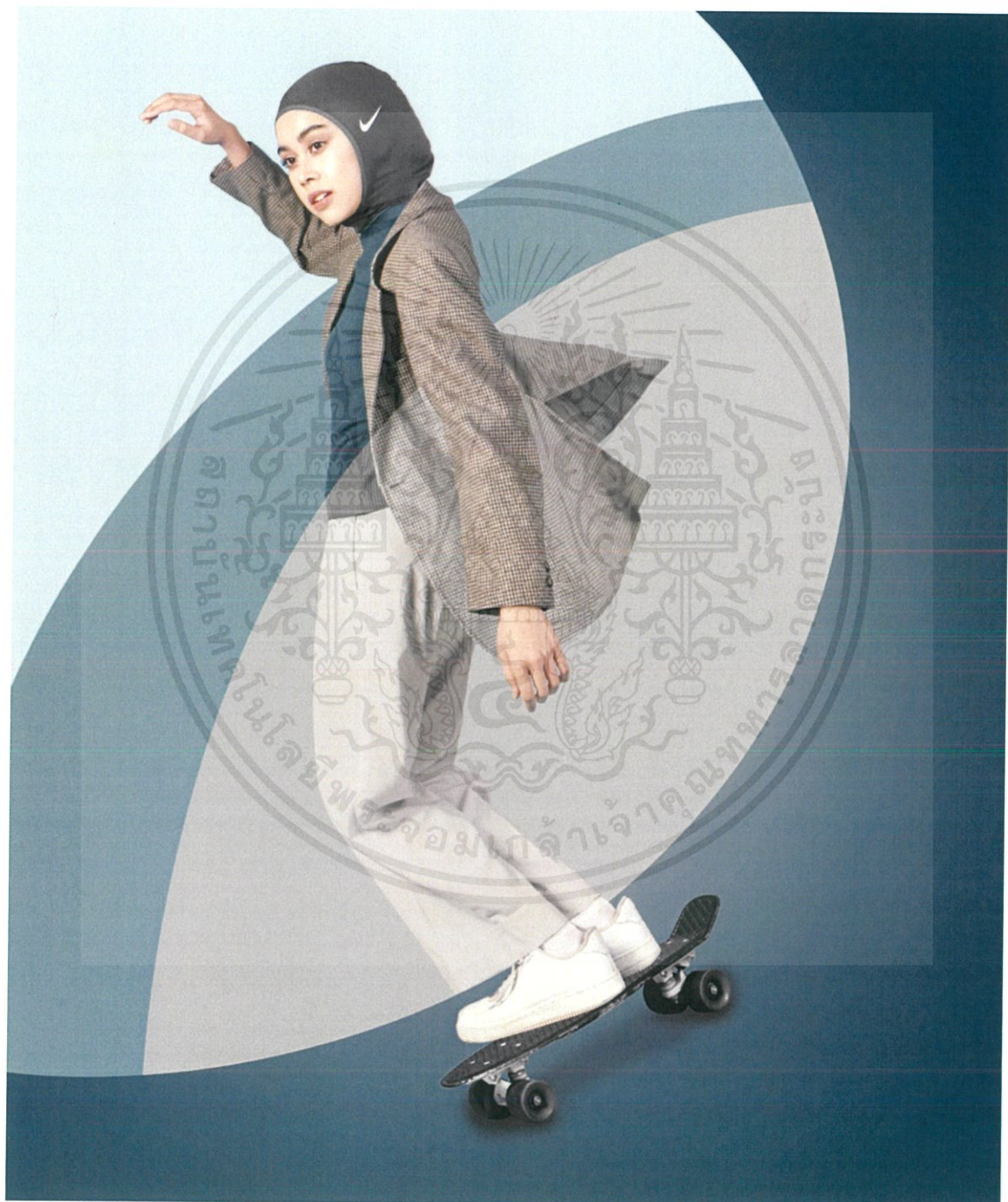
รูปที่ 50 กระโดดเชือก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



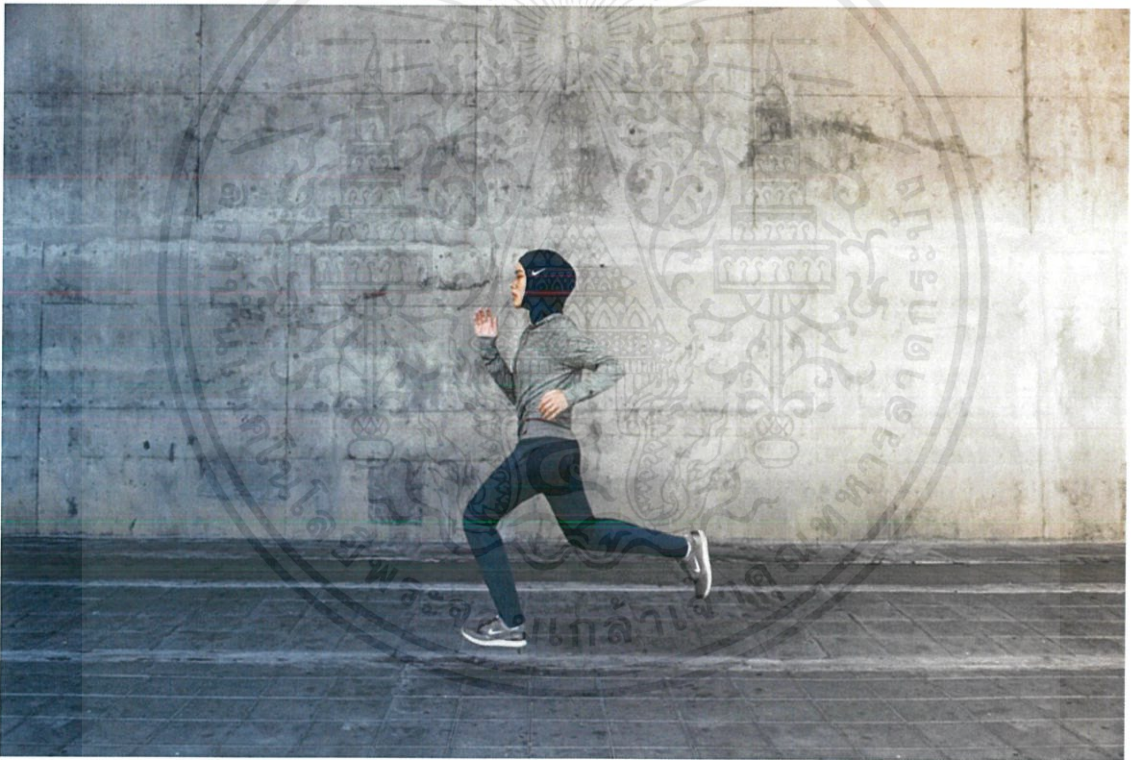
รูปที่ 51 บาส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 52 สเก็ตบอร์ด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



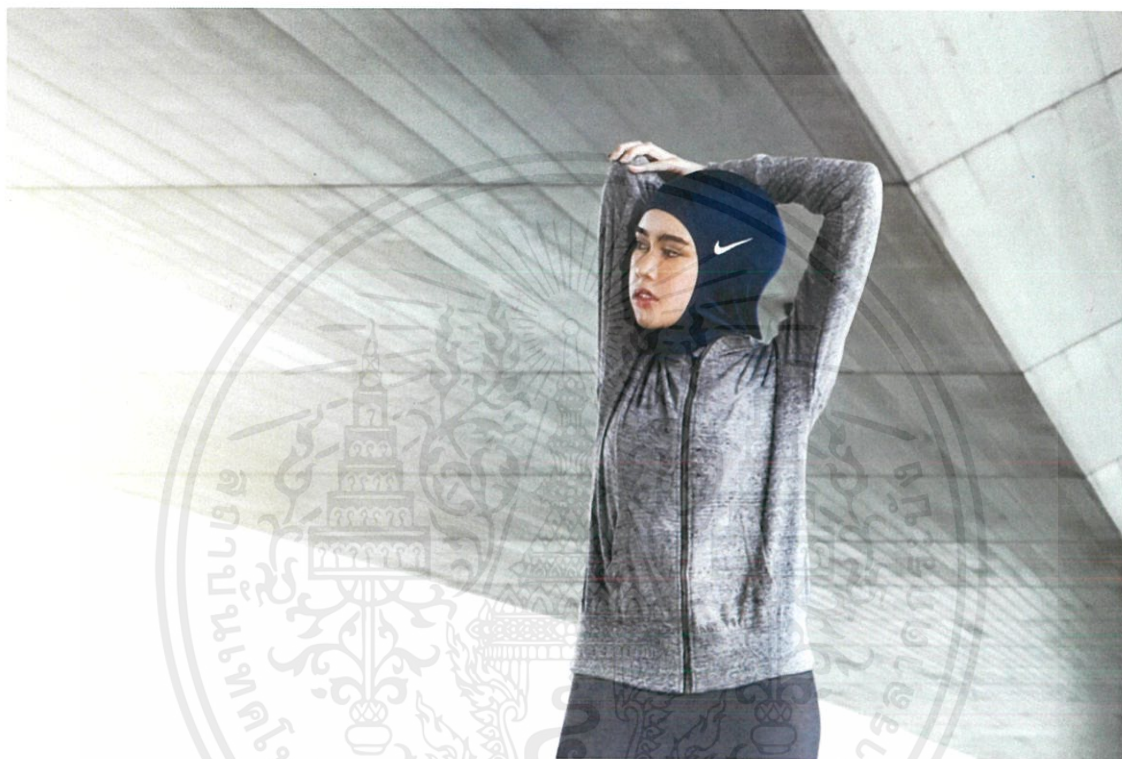
รูปที่ 53 ริ่ง (1)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



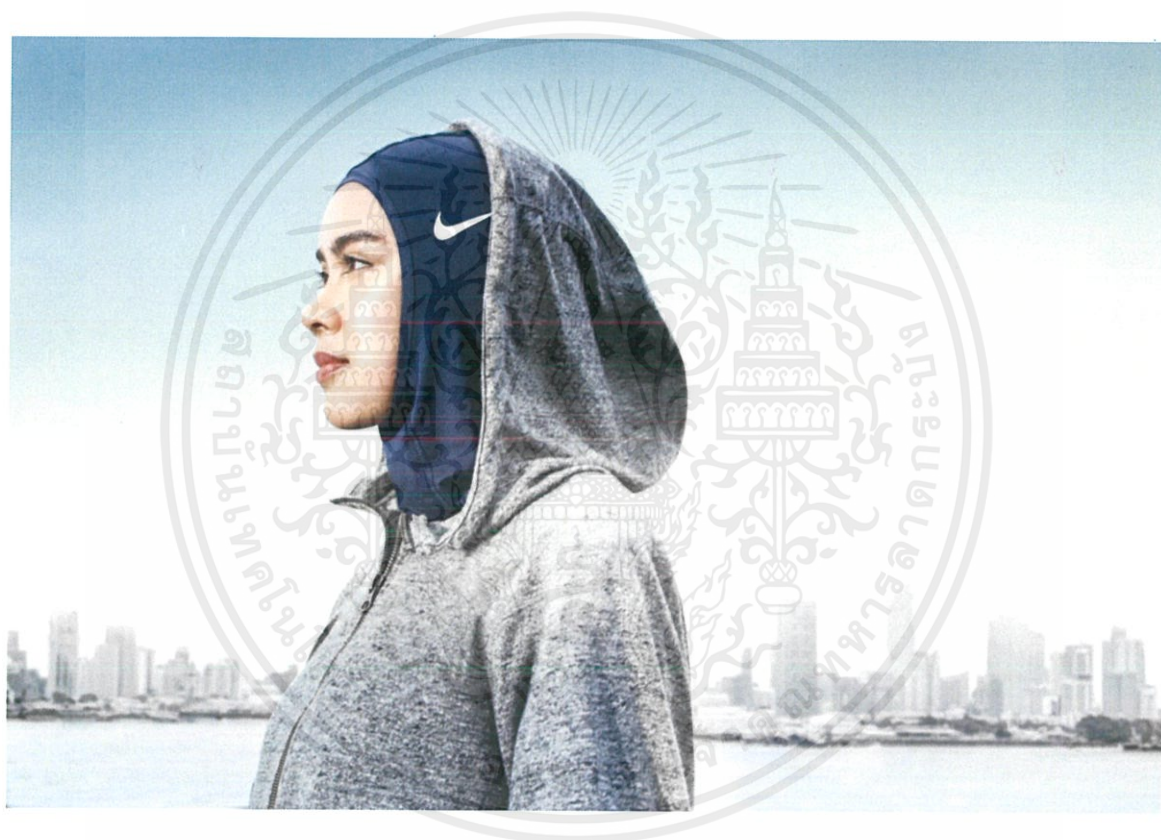
รูปที่ 54 ริ่ง (2)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 55 รัง (3)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 56 วึ่ง (4)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 57 ภาพรวม set 1



รูปที่ 58 ภาพรวม set 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Instagram

ค้นหา



nike

กำลังติดตาม ...

767 โพลสต์ ผู้ติดตาม 117 ล้าน คน กำลังติดตาม 116 คน

Nike
#blacklivesmatter
go.nike.com/p5EXwLUy5oD

Followed by bydvnlh, kkentia, mo.rcy +51 more

โพลสต์ IGTV มีผู้เท็ก

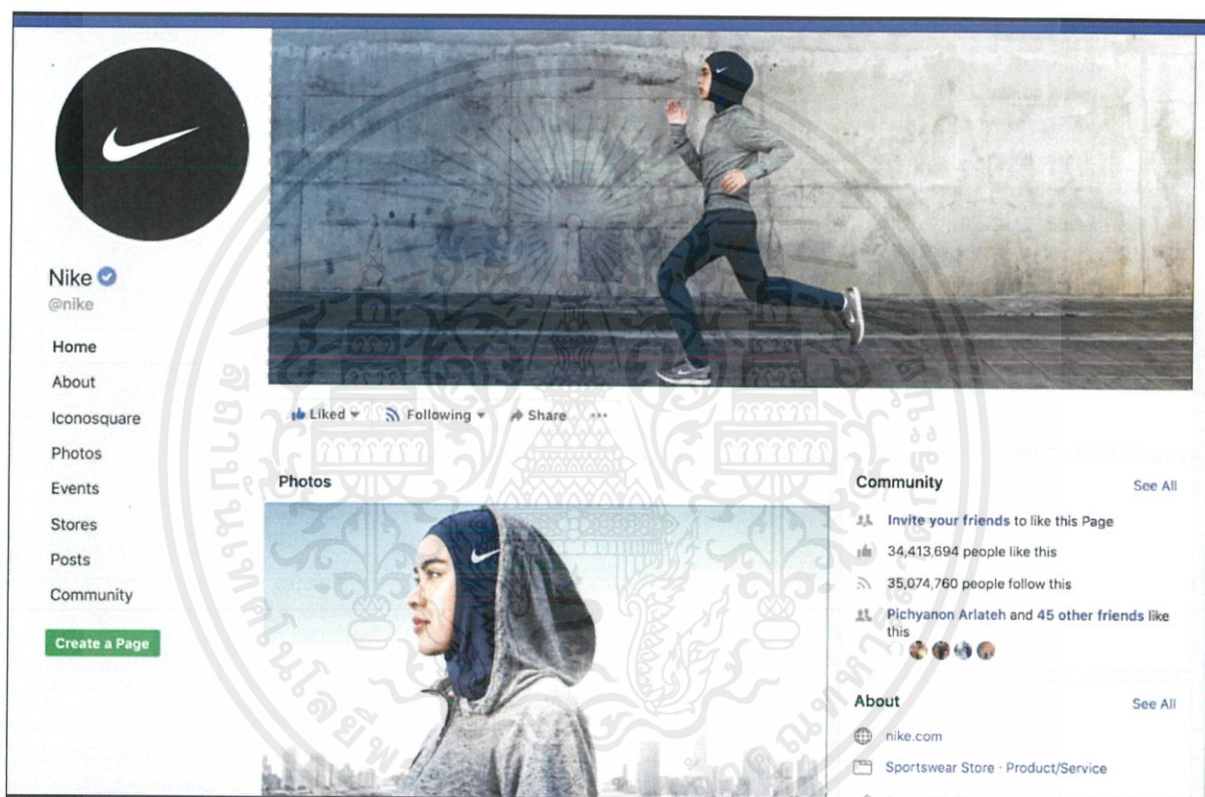
GOOD MOVE

GREAT HJAB



รูปที่ 59 การใช้ภาพโฆษณาบน IG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 61 การใช้ภาพโฆษณาบน page facebook

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการทำงาน

ผลงานชิ้นสำเร็จนี้ ทำออกมาได้ค่อนข้างพึงพอใจ มีความลงตัวในเรื่องของกราฟฟิกประกอบ ภาพ โทนสี ทำให้ภาพรวมนั้นอยู่ในทิศทางเดียวกันอย่างทันสมัย มีความน่าสนใจ และเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งความสำเร็จของผลงานนั้นผ่านไปได้ด้วยดี เนื่องจากการปรึกษากับอาจารย์หลายๆ ท่าน ที่ช่วยให้คำแนะนำ

5.2 ปัญหาในการทำงานและวิธีการแก้ไข

ปัญหาหลักแรกที่ประสบคือ การคิดคอนเส็ปงานที่ค่อนข้างกว้างเกินไปในช่วงแรก ทำให้อาจารย์หลายท่านไม่เห็นด้วย จึงต้องปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับสินค้าและความเป็นโฆษณามากขึ้น เนื่องจากต้องการประยุกต์อิญาบให้เข้ากับชุดแฟชั่นในชีวิตประจำวันที่ไม่ใช่ชุดกีฬา ดังนั้นจึงต้องใช้เครื่องแต่งกายค่อนข้างเรียบง่าย และมีรายละเอียดน้อย ซึ่งเวลาในการเตรียมตัวมีจำกัด จึงแก้ไขโดยการหยิบยืมเครื่องแต่งกายส่วนตัวของนางแบบเอง และเพื่อนๆ และปรับชนิดกีฬาให้มีการเล่นที่ค่อนข้างสบายๆ เเบาๆ

ปัญหาที่สองที่ตามมาคือ เมื่อมีเวลาในการเตรียมตัวก่อนถ่ายจริงมีจำกัด การเตรียมอุปกรณ์ประกอบฉากจึงทำได้ยาก ทำให้ต้องใช้ โปรแกรม photoshop เข้ามามีส่วนช่วยในงานเกือบครึ่งหนึ่ง ในการสร้างกราฟฟิก รูปร่างต่างๆ เพื่อให้ภาพน่าสนใจ โดยอ้างอิงจาก อุปกรณ์กีฬา หรือ สภาพแวดล้อมของกีฬานั้นๆ และใช้คู่สี หรือสีที่ใกล้เคียงกับเครื่องแต่งกายนั้น เติมเข้าไป ปรับสีภาพให้มีความอ่อนนุ่ม สมดุลกัน

ส่วนการถ่ายทำภาพชุดที่สองนั้น ต้องถ่ายเพิ่มเติมเพื่อให้งานครบตามจำนวน ได้ถ่ายนอกสถานที่ เป็นกีฬาวิ่งประจำวันกับชุดกีฬา จึงต้องใช้พื้นที่สาธารณะที่เปิดตลอดเวลา แทนการถ่ายในยิม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หรือ ฟิตเนส เนื่องจากสถานการณ์โควิด จึงต้องถ่ายทำที่สะพานพระราม 8 ได้ทำการเช็คเวลาอย่างรอบคอบ เนื่องจากอยู่ในช่วงมีพายุฝน ทำให้การทำงานราบรื่นไปด้วยดี

5.3 ข้อเสนอแนะ

ภาพถ่ายชุดแรก ภาพโหนบาร์ยังไม่ให้อารมณ์ที่เป็นการเล่นจริงๆ เนื่องจากเป็นการสมมุติให้กับนางแบบทำท่าทาง และยังมีบางภาพที่เครื่องแต่งกายยังประยุกต์ไม่ค่อยเข้ากัน โดยเฉพาะรองเท้า สัดส่วนของคนต้องปรับให้ดูมีความสูงและสมส่วน การซ้อนทับของกราฟฟิก ควรอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสมเพื่อไม่ให้ทำลายภาพคน โดยเฉพาะสเก็ทบอร์ด

ส่วนในภาพชุดที่สอง การลบลอยโลโก้บนเสื้อยังไม่เรียบร้อย ควรให้นางแบบเปลี่ยนชุดกีฬาอย่างน้อย 2 ชุด

5.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้เรียนรู้การบริหารเวลา การวางแผนงานได้อย่างรอบคอบ เพื่อไม่ให้กระทบกับงานและคนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. การรับมือข้อบกพร่องในการทำงาน การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างงาน ทำให้เราเข้มแข็งมากขึ้น
3. การประสานงานกับผู้คนใหม่ๆ ทำให้รู้จักและคอยให้ความช่วยเหลือ ทำให้งานมีความราบรื่น
4. การได้ทำภาพโฆษณาฮิญาบชุดนี้ เป็นการประชาสัมพันธ์ ที่ผู้หญิงมุสลิมเริ่มให้ความสนใจและเข้ามาสอบถามถึงสินค้า นับว่าประสบความสำเร็จทางการถ่ายภาพครั้งนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

Blue O'clock. (2018). ประวัติ Phil Knight ผู้ก่อตั้ง Nike แปรนดท์กีฬาระดับตำนานของโลก. เข้าถึงได้จาก : <https://www.blueoclock.com/phil-knight-nike-story/>

Brenda Rivas. (2018). Nike Pro Hijab Campaign. Retrieved from <https://prezi.com/p/ker5lndsrute/nike-pro-hijab-campaign/>

Julia Galdo and Cody Cloud. (2020). Retrieved from <https://www.creativereview.co.uk/meet-juco-la-based-photography-duo-julia-galdo-and-cody-cloud/>

Think marketing. (2017). Nike pro hijab collection. Retrieved from <https://thinkmarketingmagazine.com/marketers-can-learn-nike-pro-hijab-collection-female-muslim-athletes/>

Tim Tadder. (2020). Retrieved from <https://www.timtadder.com/sport>

Victoria Uwumarogie (2017). Pro Hijab: Nike Launches Performance Hijab For Muslim Women Athletes. Retrieved from

<https://madamenoire.com/802916/nike-pro-hijab-muslim-women-athletes/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวรัศมี บินกาเต็ด
วัน/เดือน/ปีเกิด	20 ตุลาคม พ.ศ. 2538
ที่อยู่	48/6 ม. 10 ซอย บางปลา 33 ถนนเทพารักษ์ ต. บางปลา อ. บางพลี จ. สมุทรปราการ 10540
E-mail	rasmee615@gmail.com
ประวัติการศึกษา	<p>พ.ศ. 2551 สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษา จากโรงเรียนบ้านลางา. จังหวัดสงขลา</p> <p>พ.ศ. 2554 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จากโรงเรียนรุ่งโรจน์วิทยา จังหวัดสงขลา</p> <p>พ.ศ. 2557 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนธรรมวิทยามูลนิธิ จังหวัดยะลา</p> <p>พ.ศ. 2559 เข้าศึกษาในระดับอุดมศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้