การถ่ายภาพโฆษณา เรื่อง “โครงการ บุหงาโครงการหลวง”

ADVERTISING PHOTOGRAPHY TITTLED

“DRIED ORNAMENTAL ROYAL PROJECT”

นายธามธัญ เตชะศีลพิทักษ์

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาการถ่ายภาพ ภาควิชานิเทศศิลป์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2560

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบอนุมัติศิลปนิพนธ์

การถ่ายภาพโฆษณา เรื่อง “โครงการ บุหงาโครงการหลวง”

ADVERTISING PHOTOGRAPHY TITTLED

“DRIED ORNAMENTAL ROYAL PROJECT”

นายธามธัญ เตชะศีลพทักษ์

Mr.THAMTHUN TAYCHASINPITAK

ภาควิชานิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาการถ่ายภาพ

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์..... วันที่ 5 มิ.ย. 2561

(รองศาสตราจารย์กิตติชัย เกษมศานติ์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์	การถ่ายภาพโฆษณา เรื่อง “โครงการบุหงาโครงการหลวง”
	ADVERTISING PHOTOGRAPHY TITTLED
	“DRIED ORNAMENTAL ROYAL PROJECT”
ชื่อ	นายธามธัญ เตชะศีลพิทักษ์
รหัสประจำตัว	57020393
สาขาวิชา	การถ่ายภาพ
ภาควิชา	นิเทศศิลป์
คณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2560
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์กิตติชัย เกษมศานติ์

บทคัดย่อ

จากการถ่ายภาพเพื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการบุหงาโครงการหลวงข้าพเจ้าได้ประสบการณ์เกี่ยวกับกระบวนการการถ่ายทำภาพโฆษณาและยังได้ความรู้เกี่ยวกับเจาะกลุ่มเป้าหมายของโครงการบุหงาโครงการหลวง เพื่อที่จะจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการที่จะนำไปเพิ่มกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักศึกษาจบใหม่ จากที่กลุ่มเป้าหมายเดิมจะเป็นคนที่อยู่ในวัยกลางคน จึงจะต้องปรับปรุงแบรนด์เพื่อที่จะเข้ากับกลุ่มลูกค้าที่ตั้งเป้าหมายไว้ ศิลปนิพนธ์ชุดนี้นำเสนอภาพถ่ายประกอบ จำนวน 16 ภาพ ในขนาด 16x24 นิ้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ ครูโจ้ ครูอุ๋ย ที่คอยให้คำปรึกษา ขอขอบคุณพี่ต้องที่โครงการหลวงที่คอยช่วยดูสินค้าให้ ขอขอบคุณพี่เค้ก ที่มาช่วยดูการจัดวางเลยเอาท์ ขอขอบคุณ อิบ แป้ง เตย เบนซ์ ที่มาช่วยดูและจัดของบ้าง ขอขอบคุณเตย มาร์ค ภูมิ เพลง ที่ไปช่วยในวันถ่ายจริง ขอขอบคุณพี่เจมส์ที่ช่วยเปิดสตูเบิกของและเปิดสตูเกินเวลาให้ ขอขอบคุณ เอ ที่ช่วยในเรื่องรีทัช และ ที่พักทำงาน

สุดท้ายขอขอบคุณ คุณแม่ คุณพ่อ ครอบครัว ที่คอยให้การสนับสนุนตลอด 4 ปีที่ผ่านมา ขอบคุณที่เข้าใจและให้การสนับสนุนในสิ่งที่ผมอยากจะทำ เป็นกำลังใจ แรงผลักดัน และคอยเป็นผู้สั่งสอนอยู่เสมอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ ..... ก
กิตติกรรมประกาศ ..... ข
สารบัญ ..... ค
สารบัญภาพประกอบ ..... จ
สารบัญตาราง ..... ช

บทที่

1 บทนำ 1
1.1 ความเป็นมาของโครงการและความสำคัญของโครงการ 1
1.2 แนวความคิด 1
1.3 วัตถุประสงค์ 1
1.4 ประเด็นการศึกษา 1
1.5 ขอบเขตของโครงการ 2
1.6 ขั้นตอนตอนการเตรียมงานและดำเนินการ 2
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 2
2 ข้อมูลในการสร้างสรรค์ 3
2.1 ความหมายของภาพโฆษณา 3
2.2 บทบาทของภาพถ่ายต่อการโฆษณา 3
2.3 การสื่อความหมายด้วยภาพ 3
2.3.1 แบบบวก 3
2.3.2 แบบลบ 3
2.3.3 แบบอุปสรรค 4
2.4 ขั้นตอนการทำงานของช่างภาพโฆษณา 4
2.4.1 การถ่ายทอดเจตนารมณ์ของลูกค้า 4
2.4.2 ความสำคัญของการจัดทำเลย์เอา 5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
	2.4.2.1 เป็นแนวทางในการทำงานของช่างภาพ	5
	2.4.2.2 เป็นกรอบหรือขอบข่ายการทำงานของช่างภาพ	5
	2.4.3 การจัดหาองค์ประกอบให้ภาพ	6
	2.4.4 เตรียมความพร้อมอุปกรณ์ในการถ่ายภาพ	7
	2.4.5 ลงมือถ่ายภาพ	7
	2.5 ส่วนประสมการตลาด7 อย่าง หรือ Marketing Mix 7P's	8
	2.5.1 ด้านผลิตภัณฑ์	8
	2.5.2 ด้านราคา	8
	2.5.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	8
	2.5.4 ด้านการส่งเสริม	8
	2.5.5 ด้านบุคคล	8
	2.5.6 ด้านกายภาพและการนำเสนอ	8
	2.5.7 ด้านกระบวนการ	9
	2.6 วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์จะประกอบด้วยวงจร 4 ขั้นตอน	9
	2.6.1 ขั้นแนะนำผลิตภัณฑ์	9
	2.6.2 ขั้นเจริญเติบโต	10
	2.6.3 ขั้นอิ่มตัว	11
	2.6.4 ขั้นถดถอย	11
	2.7 ข้อมูลประวัติของโครงการฯ	11
	2.8 พืชที่ส่งเสริมของโครงการฯ	12
	2.9 หนังสือหรือช่างภาพที่มีผลต่อการสร้างสรรค์	13
3	ขั้นตอนการสร้างสรรค์ผลงาน	14
	3.1 ตารางการวางแผนงาน	14
	3.2 ตารางการเตรียมงานวันที่ 11 พ.ค. 2561	15
	3.3 ขั้นตอนการสร้างภาพร่าง	16
	3.4 สำรวจสถานที่	24
	3.5 Blocking shot	26
	3.6 ภาพบรรยากาศการถ่ายทำ	29

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
4	ขั้นตอนการตกแต่งภาพและผลงานจริง	31
	4.1 ขั้นตอนการตกแต่งภาพ	31
	4.2 ขั้นตอนการแสดงผลงาน	34
	4.3 ผลงานจริง	35
5	บทสรุปและข้อเสนอแนะ	51
	5.1 บทสรุป	51
	5.2 ปัญหาเกิดขึ้นและวิธีการแก้ไข	51
	5.3 ประโยชน์ที่ได้รับ	52
	5.3 ข้อเสนอแนะ	52
บรรณานุกรม		53
ประวัติผู้วิจัย		54

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่		หน้า
1	ภาพกราฟแสดงวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์	6
2	ภาพหนังสือ The Kinfolk Home' book	6
3	ภาพร่างภาพที่ 1	7
4	ภาพร่างภาพที่ 2	7
5	ภาพร่างภาพที่ 3	8
6	ภาพร่างภาพที่ 4	9
7	ภาพร่างภาพที่ 5	9
8	ภาพร่างภาพที่ 6	10
9	ภาพร่างภาพที่ 7	11
10	ภาพร่างภาพที่ 8	13
11	ภาพร่างภาพที่ 9	14
12	ภาพร่างภาพที่ 10	18
13	ภาพร่างภาพที่ 11	19
14	ภาพร่างภาพที่ 12	20
15	ภาพร่างภาพที่ 13	21
16	ภาพร่างภาพที่ 14	22
17	ภาพร่างภาพที่ 15	22
18	ภาพร่างภาพที่ 16	23
19	แผนที่การเดินทางไป Dear home studio	23
20	ภาพการสำรวจสถานที่ Dear Home studio	23
21	ภาพผลิตภัณฑ์บุหงาดอกไม้หอม	24
22	ภาพผลิตภัณฑ์หมวกใบลานดอกไม้แห้ง	24
23	ภาพผลิตภัณฑ์ช่อไม้งา,ใบแบงค์เชีย,ดอกไผ่ห้วยลึก	24
24	ภาพการถ่ายทำที่สตูดิโอถ่ายภาพลาดกระบัง	25
25	ภาพบรรยากาศการถ่ายที่ Dear home studio	25
26	ภาพขั้นตอนการตกแต่งภาพที่ 1	26
27	ภาพขั้นตอนการตกแต่งภาพที่ 2	26
28	ภาพขั้นตอนการตกแต่งภาพที่ 3	27
29	ภาพรวมผลงานหลังจากการตกแต่งภาพ	27

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพประกอบ (ต่อ)

ภาพที่ หน้า

30 ภาพผลงานและสถานที่จัดแสดง....28
31 ภาพผลงานจริงและโปสเตอร์ ภาพที่ 1....28
32 ภาพผลงานจริงและโปสเตอร์ ภาพที่ 2....29
33 ภาพผลงานจริงและโปสเตอร์ ภาพที่ 3....29
34 ภาพผลงานจริงและโปสเตอร์ ภาพที่ 4....30
35 ภาพผลงานจริงและโปสเตอร์ ภาพที่ 5....30
36 ภาพผลงานจริงและโปสเตอร์ ภาพที่ 6....31
37 ภาพผลงานจริงและโปสเตอร์ ภาพที่ 7....31
38 ภาพผลงานจริงและโปสเตอร์ ภาพที่ 8....33
39 ภาพผลงานจริงและโปสเตอร์ ภาพที่ 9....33
40 ภาพผลงานจริงและโปสเตอร์ ภาพที่ 10....34
41 ภาพผลงานจริงและโปสเตอร์ ภาพที่ 11....34
42 ภาพผลงานจริงและโปสเตอร์ ภาพที่ 12....35
43 ภาพผลงานจริงและโปสเตอร์ ภาพที่ 13....35
44 ภาพผลงานจริงและโปสเตอร์ ภาพที่ 14....36
45 ภาพผลงานจริงและโปสเตอร์ ภาพที่ 15....36
46 ภาพผลงานจริงและโปสเตอร์ ภาพที่ 16....37

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่ หน้า

1 แสดงตารางการวางแผนงาน 47
2 แสดงตารางวางแผนงานของวันที่ 11 พ.ค. 2561 48

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ

ตั้งแต่ที่ยังเป็นเด็กตัวข้าพเจ้ามีความผูกพันเกี่ยวกับดอกไม้และสิ่งที่คุณพ่อทำอยู่มากพอสมควรและต่อมาคุณพ่อได้มาเป็นหัวหน้าโครงการบุหงาโครงการหลวงและข้าพเจ้าได้เห็นปัญหาของสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการที่ขาดความน่าสนใจข้าพเจ้าจึงอยากที่จะช่วยคุณพ่อปรับปรุงภาพลักษณ์ของโครงการ เนื่องจากตัวโครงการบุหงาโครงการหลวงได้มีการจัดทำผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับดอกไม้แห้งจึงมีความจำเป็นที่จะต้องใช้โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่เดิมซึ่งไม่ค่อยมีความน่าสนใจและมีคุณภาพทางการถ่ายภาพที่ไม่ดีนักและ จากการที่ได้พูดคุยกับเจ้าของโครงการที่อยากขยายกลุ่มเป้าหมายไปสู่เยาวชนด้วย ข้าพเจ้าจึงจึงต้องการพัฒนาสื่อโฆษณาของ โครงการนี้ให้ทันสมัยและมีคุณภาพที่ดียิ่งขึ้น

1.2 แนวความคิด

ต้องการขยายกลุ่มตลาดของโครงการโดยจะทำให้สื่อประชาสัมพันธ์ให้มีความน่าสนใจและสามารถเข้าถึงได้มากขึ้น

1.3 วัตถุประสงค์

1.3.1 เพื่อศึกษาขั้นตอน การทำงาน การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดเพื่อนำมาใช้ในการถ่ายภาพโฆษณา

1.3.2 เพื่อปรับปรุงพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์โครงการบุหงาโครงการหลวงให้น่าสนใจเหมาะกับกลุ่มเป้าหมายเดิมและกลุ่มเป้าหมายใหม่

1.4 ประเด็นการศึกษา

1.4.1 ศึกษาและวิเคราะห์หากลุ่มเป้าหมายเดิมและกลุ่มเป้าหมายใหม่

1.4.2 ศึกษาตัวแบรนด์ของโครงการหลวง

1.4.3 ศึกษาการถ่ายภาพหุ่นนิ่งเพื่อการโฆษณา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5 ขอบเขตของโครงการ

1.5.1 ภาพถ่ายขนาด 16x24 นิ้วจำนวน 16 ภาพ

1.5.2 โปสเตอร์ ขนาดA4 จำนวน 16 แผ่น

1.5.3 กล้อง Canon 6D

1.5.4 Lens 100 macro f2.8

1.5.5 Lens 50 Sigma art f1.4

1.6 ขั้นตอนตอนการเตรียมงานและดำเนินการ

1.6.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับโปสเตอร์และหาแนวทางที่จะประชาสัมพันธ์

1.6.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าที่จะนำมาถ่ายทั้งหมด

1.6.3 สัมภาษณ์ข้อมูลการตลาดจากเจ้าหน้าที่โครงการ เพื่อนำมาวางแผนสไตล์การถ่ายภาพ

1.6.4 ออกแบบและจัดวาง Layout ของสื่อ

1.6.5 ลงมือถ่ายทำจริง

1.6.6 การปรับแต่งภาพและการจัดวาง Layout

1.6.7 ควบคุมการผลิตของโปสเตอร์และตัวรูปภาพผลงาน

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ได้ใช้เวลาร่วมกันและสร้างความทรงจำกับคุณพ่อเพิ่มขึ้น

1.7.2 ได้รับความรู้จากผลงานของศิลปินที่ศึกษาเพื่อเป็นแรงบันดาลใจ

1.7.3 ได้ถ่ายทอดเรื่องราวเพื่อหวังจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่รับชมงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

การค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 ความหมายของภาพโฆษณา

ภาพถ่ายโฆษณามีจุดประสงค์หลักคือ “การขายสินค้าหรือบริการ” ซึ่งการใช้ความคิดสร้างสรรค์เอกลักษณ์ส่วนตัวของช่างภาพเป็นเรื่องที่เป็นไปได้ยากและมีขอบเขตจำกัด ภาพถ่ายโฆษณาส่วนมากมักเป็นภาพสินค้าที่คมชัด แสงเงาชัดเจน ผ่านกระบวนการออกแบบเพื่อใช้ในสื่อต่าง ๆ ต่อไป

(Wikipedia,org, 2018)

2.2 บทบาทของภาพถ่ายต่อการโฆษณา

ภาพถ่ายที่มีบทบาทต่อการโฆษณาภาพถ่ายนำไปใช้หลายลักษณะได้แก่

2.2.1 ใช้ภาพถ่ายเป็นสื่อโฆษณาอัดขยายภาพให้มีขนาดต่าง ๆ โดยการใช้กระดาษอัดรูปขนาดโปสการ์ดจนถึงขนาด 1 x 10 เมตร

2.2.2 ใช้สิ่งพิมพ์เป็นสื่อโฆษณาสิ่งพิมพ์ที่ลงโฆษณาในหนังสือ วารสาร นิตยสาร โบชัวร์ โปสเตอร์ รวมถึง คัทเอาท์ขนาดใหญ่

2.2.3 ใช้ตู้ไฟเป็นสื่อโฆษณาใช้ตามศูนย์อาหาร ห้างสรรพสิ้นค้าตู้ไฟจะใช้การอัดขยายภาพจากฟิล์ม เนกาตีฟลงบนฟิล์ม DURATRAN เป็นภาพโปร่งใสใส่ไว้ในตู้ไฟมองเห็นได้ชัดเจนในที่มืด

2.2.4 ใช้โทรทัศน์เป็นสื่อโฆษณาสิ้นค้าที่ถ่ายด้วยฟิล์มเนกาตีฟ หรือสไลด์สามารถนำเสนอเป็นภาพในจอโทรทัศน์ได้

2.3 การสื่อความหมายด้วยภาพ

สามารถทำได้ 3 วิธี

2.3.1 **แบบบวก** คือ การแสดงภาพพจน์ในความรู้สึกที่ดี

2.3.2 **แบบลบ** คือ ภาพที่ดูแล้วให้ความรู้สึกที่น่าเกลียดสิ่งที่ควรคำนึงในการใช้ภาพโฆษณาแบบลบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.2.1 พึงระวังด้านมารยาทของการโฆษณา

2.3.2.2 พึงระวังภาพพจน์ในทางลบของสินค้า

2.3.3 **แบบอุปสรรค** คือ ภาพที่แสดงให้เห็นถึงปัญหาที่เกิดขึ้น

(www.student.nu.ac.th, 2018)

2.4 ขั้นตอนการทำงานของช่างภาพโฆษณา

2.4.1 การถ่ายทอดเจตนารมณ์ของลูกค้า หมายถึง การพูดคุยตกลงเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าที่จะได้จากงานของช่างภาพนั่งเองรวมถึงการตรวจสอบราคาอย่างคร่าว ๆ ของงานแต่ละชิ้นด้วย อันที่จริงช่างภาพน่าจะได้ศึกษาโครงร่างแบบของโฆษณาไปด้วย (layout) เหมือนกัน แต่เป็นการพูดคุยปรึกษากันอย่างคร่าว ๆ เพื่อที่จะได้ทราบว่า การถ่ายภาพแบบนี้แบบนั้นจะเป็นไปได้หรือไม่ ถ้าทำไม่ได้จะแก้ไขอย่างไร ถ้าได้ทำในวงเงินเท่าไรถ้าตกลงในขั้นนี้การทำงานของช่างภาพจึงจะก้าวไปอีกขั้นหนึ่งคือการศึกษาโครงร่างแบบจะต้องปรึกษาร่วมกับลูกค้า เพื่อที่จะได้ข้อมูลครบถ้วนและนำข้อมูลต่าง ๆ มาผสมผสานความเป็นไปได้ของเจตนารมณ์ของลูกค้า เมื่อเป็นดังนี้ขั้นตอนการถ่ายทอดเจตนารมณ์จึงเป็นขั้นตอนการเริ่มติดต่อประสานงานหรือ ขั้นตอนการรับงาน ลูกค้าในปัจจุบันมักจะเลือกติดต่อกับช่างภาพที่เคยทำงานร่วมกันมาก่อน และมีความถนัดเชี่ยวชาญเฉพาะแต่ละงาน ทั้งนี้เน้นเรื่องมนุษย์สัมพันธ์ระหว่างช่างภาพกับลูกค้า ซึ่งหมายถึง ในลักษณะฉันมิตร ทำงานร่วมกันในลักษณะเพื่อนร่วมงาน รับประทานอาหารด้วยกันบ้าง เที่ยวด้วยกันบ้าง เพื่อที่ต่างคนต่างได้หยั่งความรู้สึกซึ่งกันและกันให้ถูกต้อง สำหรับการถ่ายภาพโฆษณาให้ประสบความสำเร็จนั้น ทั้งสองฝ่ายจะต้องคบหาสมาคมให้สนิทใจ เพื่อให้งานกับตัวช่างภาพและผู้ว่าจ้าง เดินไปจุดหมายเดียวกันมิใช่มุ่งเอาแต่ผลประโยชน์ นอกจากนี้ช่างภาพยังต้องแสดงความตั้งอกตั้งใจ ที่จะให้งานแต่ละชิ้นปรากฏออกมาอย่างดีที่สุด แม้ว่างานโฆษณาส่วนใหญ่นั้นลูกค้าจะมีเลย์เอาท์มาให้แล้ว แต่ลูกค้ายังต้องการความคิดเห็นของช่างภาพอยู่เป็นอย่างมากกว่า เลย์เอาท์นั้นดีหรือยัง ควรจะแก้ไขตรงไหนให้ภาพดีขึ้น ช่างภาพช่วยดูแลหาจุดปรับปรุงให้งานดูดีขึ้น โดยไม่ผิดแนวคิด (concept) ของโฆษณานั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.2 ความสำคัญของการจัดทำเลย์เอาท์

มีความสำคัญ 2 ประเด็นคือ

2.4.2.1 เป็นแนวทางในการทำงานของช่างภาพ เลย์เอาท์เปรียบเสมือนเป็นแผนงานที่บรรจุวัตถุประสงค์ ขั้นตอนการทำงาน ปัจจัยและองค์ประกอบที่ต้องการใช้ในการทำงานเข้าไว้ด้วยกัน และที่สำคัญเลย์เอาท์เป็นปัจจัยที่ใช้ประเมินผลว่าภาพถ่ายโฆษณาที่ออกมาเป็นไปตามแผน ที่วางไว้ ซึ่งก็คือเลย์เอาท์นั้นหรือไม่ ยิ่งไปกว่านั้นเลย์เอาท์คือความต้องการของลูกค้าเป็นสิ่งที่เกิดจากแนวคิดโฆษณาที่บริษัทตัวแทนได้สร้างสรรค์ขึ้น และเป็นที่ยอมรับแนวคิดนั้นสามารถทำให้เจ้าของสินค้าสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ทางการโฆษณาได้ เลย์เอาท์จึงเป็นแนวทางสำคัญในการทำงานของช่างภาพโดยปฏิเสธไม่ได้

2.4.2.2 เป็นกรอบหรือขอบข่ายการทำงานของช่างภาพ เลย์เอาท์ช่วยให้การถ่ายภาพอยู่ในกรอบที่ลูกค้าต้องการ ทำให้ภาพถ่ายโฆษณาไม่ผิดแนวคิด ดังนั้นในขั้นตอนการศึกษาเลย์เอาท์ช่างภาพจะทำงานต่อไปนี้

1. การศึกษาเลย์เอาท์และแนวคิดโฆษณานั้น ๆ และทำให้งานช่างภาพเป็นไปตามแนวคิดที่วางไว้ เช่น เลย์เอาท์แสดงถึงความบังเอิญของช่างภาพที่เผอิญถ่ายภาพคนกำลังตกน้ำและมีคนกำลังกระโดดไปช่วย ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นความบังเอิญที่ช่างภาพต้องการให้เกิดขึ้นโดยมีการเตรียมการ ไว้ล่วงหน้า

2. การศึกษาเลย์เอาท์ เป็นการตกลงและอธิบายให้ลูกค้าทราบถึงลักษณะการทำงานและความเป็นไปได้ในการถ่ายภาพในขั้นรายละเอียดของช่างภาพ ช่างภาพและลูกค้าจะต้องทำความเข้าใจกันให้ดี โดยที่ช่างภาพจะต้องให้คำปรึกษาลูกค้าด้วย

3. บางครั้งลูกค้ามีความประสงค์ที่จะให้ภาพออกมา ตรงตามเลย์เอาท์โดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงแม้แต่น้อย ช่างภาพก็ต้องพยายามหาวิธีการที่จะให้ได้มาซึ่งภาพแบบนั้นได้ เช่น ลูกค้า ต้องการภาพรถแข่งวิ่งเร็วจี๋ เป็นหน้าที่ของช่างภาพที่ต้องใช้เทคนิควิธีการใดๆ ให้ได้ภาพนั้นออกมา ในการถ่ายภาพตามเลย์เอาท์นี้ ช่างภาพบางคนอาจจะได้ถ่ายภาพในมุมหรือองค์ประกอบที่ คิดว่าจะดีกว่าในเลย์เอาท์ที่เพื่อเสนอลูกค้าก็ได้ ถ้าภาพนั้นดีจริงแล้วลูกค้ามักจะยอมรับเสมอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.3 การจัดหาองค์ประกอบให้ภาพ

องค์ประกอบของภาพ หมายถึง วัตถุสิ่งของ ฉาก หรือผู้แสดง ที่นำมาประกอบสินค้าในภาพโฆษณา เป็นสิ่งช่วยให้สินค้าเด่นขึ้น มีคุณค่ามากขึ้น และช่วย ให้ภาพโฆษณาะดุดตา น่าสนใจมากขึ้นด้วย หลังจากที่ตกลงเรื่องราคา และความต้องการของลูกค้ากับช่างภาพแล้ว ช่างภาพจะเริ่มจัดหาองค์ประกอบที่เหมาะสมให้ภาพ โดยดูจากเลย์เอาท์เป็นหลัก องค์ประกอบ สำหรับภาพโฆษณาเริ่มต้นตั้งแต่ฉาก ซึ่งอาจหมายถึง ตู้ เตียง โต๊ะ บรรยากาศที่เป็นท้องฟ้า ฯลฯ ซึ่งเรียกว่า เซต (set) หรือหมายถึงฉากระบายสีที่เรียกว่า ลิมโบ (limbo) ที่ทำขึ้นในห้องสตูดิโอถ่ายภาพ ไปจนถึงถ่ายภาพนางแบบ นายแบบฯลฯ ที่ช่างภาพจะต้องจัดหา จัดทำขึ้นเพื่อประกอบในภาพโฆษณาตามแบบเลย์เอาท์ที่ลูกค้ากำหนดขึ้น หรือเปลี่ยนแปลงตามเหมาะสมตามความเห็นชอบของลูกค้า องค์ประกอบภาพโฆษณา สามารถแบ่งได้เป็น 3 ส่วน คือ

1. **องค์ประกอบที่เป็นฉาก** ปัจจุบันช่างภาพนิยมสร้างฉากขึ้นมาเอง เพราะถ่ายทำในสตูดิโอนิยมมากขึ้นกว่าสมัยก่อน และนิยมถ่ายกับฉากที่ทำขึ้นเอง เพื่อความสะดวกกว่าการไปขอยืมฉากจากเจ้าของบ้านเป็นฉากถ่ายภาพโฆษณาซึ่งจะมีความยุ่งยากมาก และการทำงานของช่างภาพ จะสะดวกมากขึ้น ช่างภาพจะสามารถทำงานเวลาใดก็ได้ ไม่ต้องรอแสงกรือคอยให้ฝนหยุดตก ซึ่ง สิ่งเหล่านี้เป็นเรื่องธรรมชาติที่อยู่นอกเหนือการควบคุม ทำให้การทำงานล่าช้าและไม่สะดวก

2. **ผู้แสดงประกอบ** หมายถึง นางแบบ นายแบบ ตัวแสดงที่เป็นเด็ก คนแก่ ฯลฯ ซึ่งช่างภาพสามารถหาได้จากบริษัทจัดหานางแบบโดยบอกความต้องการให้บริษัทที่ติดต่อทราบว่า ต้องการผู้แสดงแบบใด อายุในเกณฑ์ใด เพื่อโฆษณาอะไร ทางบริษัทจะจัดหามาให้ช่างภาพพิจารณาดู ว่าสามารถแสดงได้ตามที่ต้องการหรือไม่ และมีข้อควรคำนึกคือ ควรเลือกตัวแสกงที่อายุต่ำกว่าเกณฑ์ ที่ต้องการสัก 2 - 3 ปี เอาไว้ก่อน ซึ่งองค์ประกอบของภาพที่จะมีความเด่นเหนือสินค้า เพราะมีความสำคัญในฐานะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้านั้น ได้แก่ ตัวประกอบที่เป็นดารา ผู้มีชื่อเสียงต่าง ๆ เป็นต้น ผู้แสดงเหล่านี้ใช้สิน ค้าที่โฆษณานั้น เพื่อจูงใจให้คนทั่วไปคล้อยตาม เช่น โฆษณา สบู่ ลักส์ เป็นต้น

3. **วัสดุประกอบภาพ** ได้แก่ สิ่งใดก็ตามที่นำมาใช้ประกอบภาพนั้นให้ดูสวย สะดุดตา และยังสามารถให้ความคิด กับผู้ชมในทางสนับสนุนให้ขายสินค้าได้ด้วย การจัดหาวัสดุ ต่าง ๆ โดยทั่วไปจะเป็นหน้าที่ของช่างภาพเป็นผู้จัดหา

(www.student.nu.ac.th, 2018)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.4 เตรียมความพร้อมอุปกรณ์ในการถ่ายภาพ (tools)

อุปกรณ์ถ่ายภาพเป็นหัวใจของการ ถ่ายภาพ อุปกรณ์ที่ดีมีคุณภาพ มีส่วนช่วยให้ผลงานถ่ายภาพออกมามีคุณภาพดี อีกทั้งช่วยป้องกัน ความผิดพลาดในทางเทคนิคได้ด้วยแต่ทั้งนี้ทั้งนั้นยังไม่สำคัญเท่ากับช่างภาพจะต้องสามารถควบคุม และใช้อุปกรณ์ได้เป็นอย่างดี และมีความชำนาญสูง ในการเตรียมอุปกรณ์ถ่ายภาพโฆษณา มีหลัก ในการจัดและตรวจสอบดังนี้

1. อุปกรณ์ทุกชิ้นต้องมีสภาพสมบูรณ์ พร้อมที่จะนำไปใช้งาน

2. ตรวจเช็คอุปกรณ์ทุกชิ้นเพื่อความแน่ใจก่อนลงมือปฏิบัติงานจริง

3. เลือกใช้อุปกรณ์ให้เหมาะสมกับลักษณะงาน เช่น เลนส์ ต้องใช้ให้เหมาะกับ สถานที่

4. กล้องถ่ายภาพต้องเลือกให้ตรงกับชนิดของงาน เพราะปัจจุบันมีกล้องถ่ายภาพ หลายประเภท ตั้งแต่กล้องขนาดเล็กหรือกล้อง compact ถึงขนาดใหญ่หรือกล้อง SLR ข้อดีของกล้องดิจิตอลคือ ถ่ายแล้วสามารถดูภาพได้เลย หรือจะนำไปใช้ในงานประเภทต่าง ๆ ได้สะดวก ทั้ง ส่ง e-mail ไปให้ลูกค้าดูก่อน แล้วยังสามารถนำภาพไปตกแต่งในคอมพิวเตอร์ได้อีกด้วย

5. แบตเตอรี่และถ่าน ควรเตรียมทั้งกล้องและแฟลชให้เพียงพอ สำหรับกล้องจะ มีแบตเตอรี่สำรองอีก 1 ชุด และหมั่นเช็คอยู่เสมอว่ามีไฟเต็มพร้อมใช้งาน ส่วนถ่านแฟลชอาจใช้ได้ ทั้งถ่านอัลคาไลน์ หรือ Oxyride หรืออาจจะลงทุนเพียงครั้งเดียวโดยซื้อถ่านชาร์จมาใช้ก็ได้ในงาน สำคัญหากเราไม่แน่ใจว่ากำลังแบตเตอรี่มีเพียงพอหรือไม่ก็ขอให้เปลี่ยนถ่านชุดใหม่ทันที

6. อุปกรณ์เสริม เช่น ขาตั้งกล้อง สายลั่นชัตเตอร์ สายแฟลช TTL ควรเตรียมไป เท่าที่จำเป็นต้องใช้ เพราะบางครั้งการเตรียมอุปกรณ์ไปมากเกินความจำเป็น นอกจากจะเป็นภาระขณะทำงานแล้ว ยังทำให้เหนื่อยเพิ่มขึ้น และอ่อนล้าไปในที่สุด

2.4.5 ลงมือถ่ายภาพ

เมื่อถึงขั้นตอนของการถ่ายภาพก็ควรดำเนินการถ่ายตามที่ได้เขียนและ กำหนดไว้ในทำเลย์เอาท์อย่างไรก็ตามภาพอาจมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเลย์เอาท์ที่ทำก็ได้ หากเห็น ว่าภาพที่ถ่ายออกมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไม่ดีไม่สวยตามที่ต้องการ อาจทำอีกเป็นครั้งที่ 2 , 3 , 4 เรื่อยไปหรืออาจใช้วิธี เปลี่ยนมุมกล้อง เปลี่ยนท่า เปลี่ยนหน้ากล้องและความเร็วของ ชัตเตอร์

2.5 ส่วนประสมการตลาด7 อย่าง หรือ Marketing Mix 7P's

2.5.1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบ ให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ (Tangible Products) และ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Products)

2.5.2 ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่าง คุณค่า (Value) ของ บริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการ ให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

2.5.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศ สิ่งแวดล้อมในการนำเสนอ บริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้อง พิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการน าเสนอบริการ (Channels)

2.5.4 ด้านการส่งเสริม (Promotions) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมี วัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการ และเป็นกุญแจสำคัญของ การตลาดสายสัมพันธ์

2.5.5 ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อ ให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขันเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อ ผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

2.5.6 ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/ Environment and Presentation) เป็นแสดงให้ เห็นถึงลักษณะทางกายภาพแลการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็น

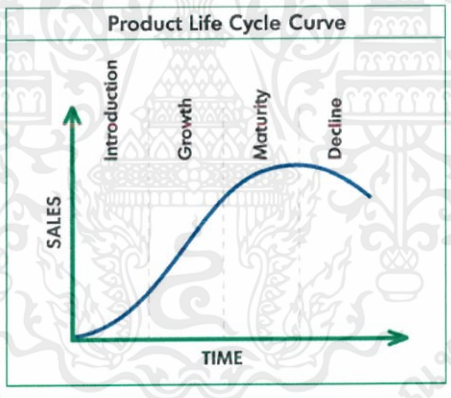
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้ายกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

2.5.7 ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่ นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

(www.academic.udru.ac.th ,2018)

2.6 วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์จะประกอบด้วยวงจร 4 ขั้นตอน คือ



ภาพที่ 1 กราฟแสดงวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์

(www.sites.google.com, 2018)

2.6.1 ขั้นแนะนำผลิตภัณฑ์ (Product Introduction)

ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เริ่มนำออกสู่ตลาด ยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายต้องเสนอรายละเอียดสินค้า โดยอาศัยการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และมีความเสี่ยงสูงมาก ดังนั้น อาจจะมีผลขาดทุนเกิดขึ้นได้ กลยุทธ์ที่ใช้จะเน้นการส่งเสริมการตลาดและการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สื่อสารให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย โดนจะให้ข้อมูลสินค้าผ่านสื่อโฆษณาต่าง ๆ ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้

กลยุทธ์ในขั้นแนะนำผลิตภัณฑ์

1) การตั้งราคาสูงอย่างฉับพลัน จะนำสินค้าใหม่ออกสู่ตลาดด้วยการตังราราสูง เพื่อให้ได้กำไรสูง และการส่งเสริมการตลาดระดับสูง เพื่อให้ลูกค้ารับรู้และรู้จักสินค้าให้มาก จะได้ตัดสินใจซื้อได้

2) การตั้งราคาสูงอย่างช้า จะนำสินค้ามาใหม่ออกสู่ตลาดด้วยการตั้งราคาสูง แต่มีการส่งเสริมการตลาดระดับต่ำกลยุทธ์นี้จะใช้ได้ผลดีเมื่อตลาดมีขนาดจำกัด

3) การตั้งราคาต่ำอย่างฉับพลัน จะนำผลิตภัณฑ์ใหญ่เข้าสู่ตลาดด้วยราคาต่ำคู่แข่งขันแต่มีการส่งเสริมการตลาดระดับสูง เพื่อเจาะตลาดที่รวดเร็ว

4) การตั้งราคาอย่างช้า จะนำผลิตภัณฑ์ใหญ่เข้าสู่ตลาดด้วยราคาต่ำและมีการส่งเสริมการตลาดต่ำ การตั้งราคาต่ำทำให้สามารถเจาะตลาดได้รวดเร็ว

2.6.2 ขั้นเจริญเติบโต (Growth)

การยอมรับในตัวผลิตภัณฑ์ จะส่งผลให้ยอดขายเพิ่มสูงขึ้นและเพิ่มในอัตราที่เร็ว ดังนั้นจึงทำให้ได้รับผลกำไรที่ค่อนข้างสูงเนื่องจากไม่มีคู่แข็ง แต่มักจะมีโอกาสได้ไม่นาน เพราะคู่แข่งขันจะเริ่มเข้ามามีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เมื่อเริ่มมีคู่แข่งขันเกิดขึ้น ต้องเปลี่ยนวิธีการส่งเสริมการตลาดโดยไม่จำเป็นต้องใช้ตัวอย่างหรือสาธิตต่อไป แต่ควรเน้นการสร้างตราสินค้า (Brand Preferences) การโฆษณาจะเน้นให้ลูกค้าเจาะจงเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของเราแทนที่จะซื้อของคู่แข่งขัน

กลยุทธ์ในขั้นเติบโต

1) การเพิ่มรูปลักษณ์ใหม่ของสินค้า เมื่อจำนวนลูกค้ามากขึ้น ความต้องการที่หลากหลายย่อมเกิดขึ้น ดังนั้นความหลากหลายของสินค้าจึงเป็นสิ่งที่จำเป็น

2) การขยายช่องทางการจำหน่าย จำนวนลูกต้าที่เพิ่มขึ้นมาจากหลาย ๆ พื้นที่ ดังนั้นผู้ผลิตจะต้องขยายช่องทางการจำหน่ายให้กว้างขวางขึ้น

3) การส่งเสริมการตลาดให้เกิดความชอบในตราสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัตถุประสงค์ของการโฆษณาต้องเปลี่ยนจากการสร้างการรับรู้ (Awareness) มาเป็นการสร้างวความต้องการในตัวสินค้าแทนเพื่อให้ลูกค้าซื้อสินค้าของเราแทน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.3 ขั้นอิ่มตัว (Maturity)

ขั้นอิ่มตัวเกิดจาลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์มาบริโภคอย่างทั่วถึง และมีคู่แข่งขันมาเสนอขายผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้ลูกค้ามีโอกาสซื้อผลิตภัณฑ์เร็วขึ้น คู่แข่งขันที่เพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ เกิดจากแรงจูงใจด้านกำไรที่ดี จะทำให้ส่วนแบ่งของตลาดที่ผู้ผลิตแต่ละรายได้รับลดน้อยลงและผู้ซื้อเริ่มสนใจน้อยลง ทำให้ยอดขายน้อยลง ในที่สุดก็ขายไม่ได้ ผู้ซื้อเริ่มสนใจน้อยลง ทำให้ยอดขายน้อยลงและในที่สุดก็จะขายไม่ได้ หากไม่แก้ไขจะทำให้ความต้องการสินค้านี้ตกต่ำลง

กลยุทธ์ในขั้นอิ่มตัว

1) การปรับปรุงตลาด เช่น กระตุ้นผู้บริโภคมาใช้สินค้า การเข้าสู่ตลาดใหม่ที่ลูกค้ามีศักยภาพที่จะซื้อสินค้าได้การเพิ่มความถี่การใช้หรือเพิ่มโอกาสการใช้สินค้าแก่ลูกค้า

2) การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การปรับปรุงคุณภาพสินค้าให้ดีขึ้น การปรับปรุงรูปลักษณะสินค้าให้ทันสมัย การออกแบบสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนไป

3) การปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาด เช่น ลดราคาสินค้าเพิ่มช่องทางการจำหน่ายใหม่ เช่น ตลาดออนไลน์ การสื่อสารตลาดโดยทำ IMC เป็นต้น

2.6.4 ขั้นถดถอย (ตกต่ำ) (Sale Decline)

เมื่อผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นถึงจุดอิ่มตัว หากไม่แก้ไขผลิตภัณฑ์นั้นจะเริ่มมียอดขายลดลงเรื่อย ๆ จะทำให้ส่วนแบ่งตลาดลดลงไปด้วย ผู้ผลิตที่มีฐานะการเงินมั่นคงมีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าอาจจะอยู่ในตลาดเพื่อเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ต่อไป แต่ผู้ผลิตรายเล็ก ๆ ที่มีทุนน้อยจะค่อย ๆ ถอนตัวออกจากตลาดเพราะไม่สามารถรับภาระการขาดทันได้

กลยุทธ์ขั้นถดถอย (ตกต่ำ)

1) เร่งระบายสินค้าออกจากตลาด เมื่อแนวโน้มสินค้ากำลังจะไม่เป็นที่ต้องการของตลาดผู้ผลิตจะต้องใช้การลดราคามาก ๆ เพื่อระบายสินค้าออกไป

2) การเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากตลาดการเลิกใช้สินค้าของลูกค้าไม่ได้เกิดขึ้นในทันทีทันใด ดังนั้นผู้ผลิตยังคงจำหน่ายสินค้าให้แก่กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาทีหลังได้

3) การออกจากตลาด ถ้าผู้ผลิตมีผลขาดทุนเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ควรตัดสินใจเลิกผลิตสินค้าชนิดนั้น แล้วหาทางพัฒนาสินค้าใหม่ขึ้นมาทดแทน

2.7 ข้อมูลประวัติของโครงการฯ

โครงการบุหงาโครงการหลวงเกิดขึ้นใน ปี พ.ศ.2524 ซึ่ง พัฒนาจากโครงการเฟินโดย รศ. ม.ล.จารุพันธ์ ทองแถม โครงการบุหงา โครงการหลวงพัฒนาจากโครงการผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยที่มีจุดเริ่มต้นจากโครงการเฟินตั้งแต่ปี พ.ศ.2524 โดย รองศาสตราจารย์ ม.ล.จารุพันธ์ ทองแถม เพื่อหาพืชปลูกที่มีผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ ทดแทนการปลูกพืชเสพติด งานในโครงการประกอบด้วย การศึกษาวิจัยการ ผลิตวัตถุดิบ การแปรรูป การส่งเสริมเกษตรกร หาตลาดในและต่างประเทศ โดยที่ผลผลิต มาจากทั้งประเทศโดยเกษตรกรได้รับการอบรมทั้งด้านการผลิต การเก็บเกี่ยวและการทำแห้งให้ถูกวิธี เพื่อเป็นแหล่งรายได้ที่ยั่งยืนของเกษตรกรต่อไป

2.8 พืชที่ส่งเสริมของโครงการฯ

2.8.1 พืชป่า พืชพื้นเมือง ใบเฟิน, ฐานบัวตอง,ชมพูทิพย์, ตะล่อมดอย

2.8.2 วัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร ฝักงา, ฝักงาขี้ม่อน

2.8.3 พืชปลูก จิปโซฟิลล่า, แก้วเมืองจีน,(จิงภูไฉ่), ลินิน ,ข้าวฟ่าง, ข้าวฟ่างซูดาน, ข้าวโอ๊ต, ข้าวสาลี, ช่อดาว(กัญชาเทศ), ไฮเดรนเยีย, กุหลาบ, สีเซียนทัส, ลาเวนเดอร์, ดอกกระดาษ, อคิเลีย, หญ้าหางกระต่าย, บานไม่รู้โรย, สแตติส, พุชชีวิลโล่

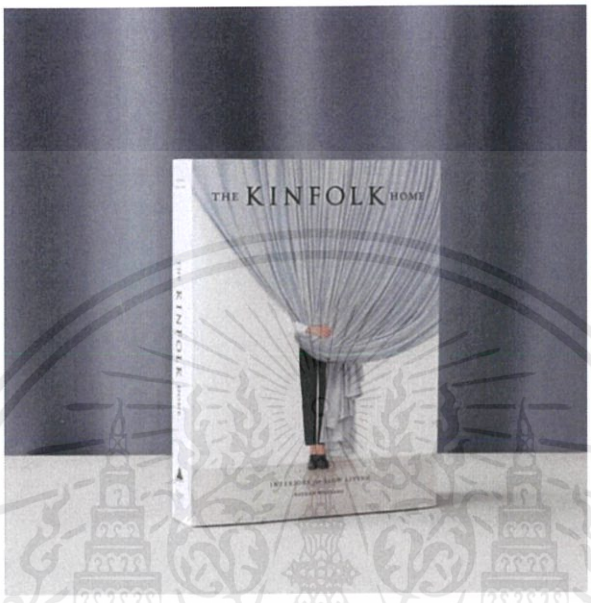
2.8.4 ใบไม้ ใบเฟินนาคราช, กูดเกี๊ยะ, เหียง, ปอหูช้าง, ปาล์ม

2.8.5 พืชใหม่ ๆ ข้าวตอก, บานไม่รู้โรยสระแก้ว, กระเจี๊ยบเขียว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.9 หนังสือหรือช่างภาพที่มีผลต่อการสร้างสรรค์

The Kinfolk Home' book



ภาพที่ 2 หนังสือ The Kinfolk Home' book
(www. Kinfolk.com, 2018)

นิตยสาร Kinfolk ที่มาแรงในขณะนี้ขึ้นมาพลิกดู เชื่อว่าใครก็ตามที่ได้ลองเปิดดูนิตยสารเล่มนี้ สิ่งแรกที่จะสะดุดตามากที่สุดคงจะต้องเป็นสไตล์การถ่ายภาพโดยรวมของนิตยสาร ที่ช่างดูละเมียดละไมและเก็บรายละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ พร้อม ๆ กับการถ่ายทอดบรรยากาศและเรื่องราวของภาพนั้น ๆ ได้อย่างน่าดึงดูดใจ

ในความเรียบง่ายของ layout design และ art direction โดยรวมนั้นกลับมีอะไรบางอย่างของนิตยสารที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักอ่านอย่างเรา ๆ หรือแม้แต่คนทั่วไปให้อยากหยิบนิตยสารเล่มนี้ขึ้นมาดู เราเชื่อว่าเหตุผลหลักก็คือการออกแบบ layout และองค์ประกอบอื่น ๆ อย่างตัว typography และโทนสีโดยรวมที่ใช้ที่ออกเป็นโทนสีพาสเทล ดูเรียบง่าย สะอาดตาไม่ต้องมีอะไรมาเติมแต่งมากแบบ less is more และขอชมเชยสไตล์การถ่ายภาพด้วยการจัดนำเสนอภาพสิ่งของอาหาร เครื่องดื่ม ของใช้สอยกระจุกกระจิกทั้งในบ้านและที่ทำงาน รวมถึงภาพถ่ายของคนในสถานที่ต่าง ๆ ที่มักเน้นภาพของคนเหล่านั้นใน working environment ของตัวเองได้อย่างน่าอ่าน (www.dooddot.com,2018)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

ขั้นตอนการสร้างสรรค์ผลงาน

3.1 ตารางการวางแผนงาน

วันที่	สิ่งที่ทำ
วันที่ 10 เม.ย. 2561	สำรวจสถานที่
วันที่ 28 เม.ย. 2561	เตรียมอุปกรณ์ประกอบฉาก
วันที่ 1 พ.ค. 2561	ถ่าย Shot 1 ในสตูดิโอ
วันที่ 2 พ.ค. 2561	ถ่าย Shot 2 ในสตูดิโอ
วันที่ 3 พ.ค. 2561	ถ่าย Shot 3 ในสตูดิโอ
วันที่ 4 พ.ค. 2561	ถ่าย Shot 4 ในสตูดิโอ
วันที่ 5 พ.ค. 2561	ถ่าย Shot 5 ในสตูดิโอ
วันที่ 6 พ.ค. 2561	ถ่าย Shot 6 ในสตูดิโอ
วันที่ 11 พ.ค. 2561	ถ่าย Shot 7-16 ที่ Dear home Studio
วันที่ 12-15 พ.ค. 2561	ปรับแต่งรูปรูปที่ถ่ายในตอนที่2
วันที่ 16-17 พ.ค. 2561	นำมาจัดวาง Lay out
วันที่ 18-19 พ.ค. 2561	นำไปอัดขยายภาพ

ตารางที่ 1 : แสดงตารางการวางแผนงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 ตารางการเตรียมงานวันที่ 11 พ.ค. 2561

เวลา	สิ่งที่ทำ
9.00-9.30 น.	เข้าถึงที่สตูและเริ่มจัดของ
9.30-10.0 น.	ถ่าย shot 7
10.00-11.00 น.	ถ่าย shot 8
11.0-11.30 น.	ถ่าย shot 9
11.30-12.00 น.	ถ่าย shot 10
12.30-13.00 น.	พักรับประทานอาหาร
13.00-13.30 น.	ถ่าย shot 11
13.30-14.00 น.	ถ่าย shot 12
14.00-14.30 น.	ถ่าย shot 13
14.30-15.00 น.	ถ่าย shot 14
15.30-16.00 น.	ถ่าย shot 15
16.00-16.30 น.	ถ่าย shot 16
16.30-17.00 น.	เก็บของ
17.00-17.30 น.	เดินทางออกจาสถานที่

ตารางที่ 2 : แสดงตารางวางแผนงานของวันที่ 11 พ.ค. 2561

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 ขั้นตอนการสร้างภาพร่าง (Sketch) จำนวน 16 ภาพ

ภาพที่ 3 : ภาพร่างภาพที่ 1

ภาพนี้เป็นภาพ หมวกใบลานดอกไม้แห้งแขวนที่สวน

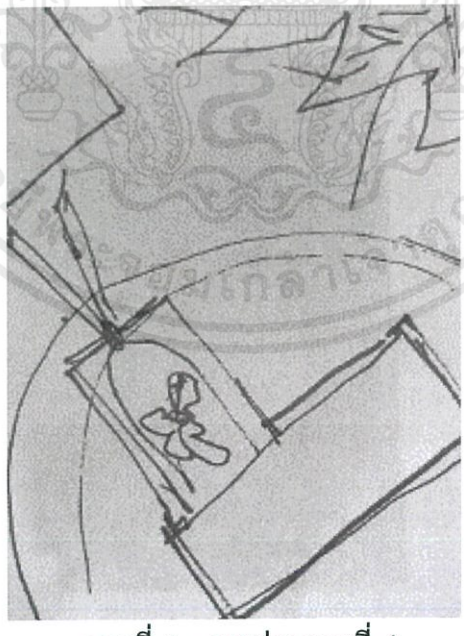
ภาพที่ 4 : ภาพร่างภาพที่ 2

ภาพนี้เป็นภาพ สินค้าที่นำจัดบนเตาผิงโดยมี ดอกไผ่ห้วยลึก ช่อไม้งา ใบแบงค์เชีย สามล้อดอกไม้แห้ง ลูกสน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 5 : ภาพร่างภาพที่ 3

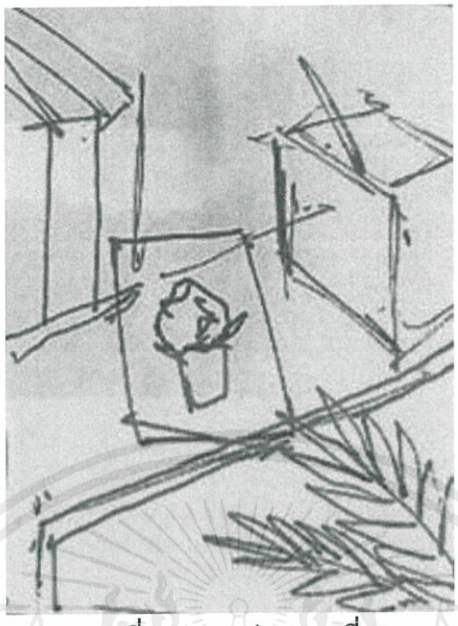
ภาพนี้เป็นภาพ แสดงให้เห็นถึงบุหงาดอกไม้หอมวางไว้ข้างๆเตียงสำหรับตอนตื่นนอน



ภาพที่ 6 : ภาพร่างภาพที่ 4

ภาพนี้เป็นภาพ แสดงที่ขั้นหนังสือดอกไม้แห้ง วางอยู่บนหนังสือแสดงการใช้งานจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 7 : ภาพร่างภาพที่ 5

เป็นภาพแสดงการ์ดดอกไม้แห้ง วางอยู่บนชั้นจำลองที่เขียนหนังสือ

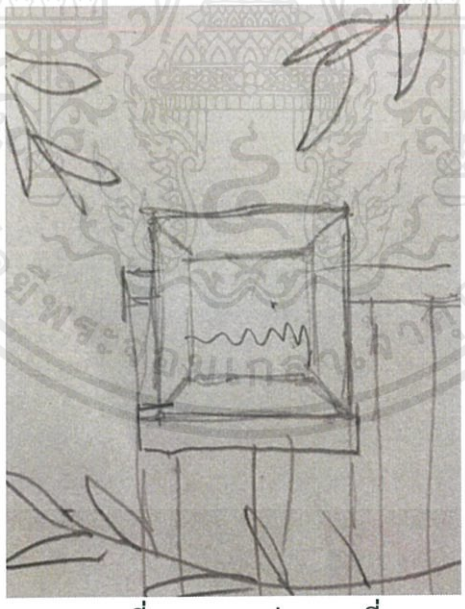
ภาพที่ 8 : ภาพร่างภาพที่ 6

เป็นภาพแสดงถึง น้ำหอมอโรม่า วางอยู่บนชั้นเพื่อปรับอากาศภายในห้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 9 : ภาพร่างภาพที่ 7

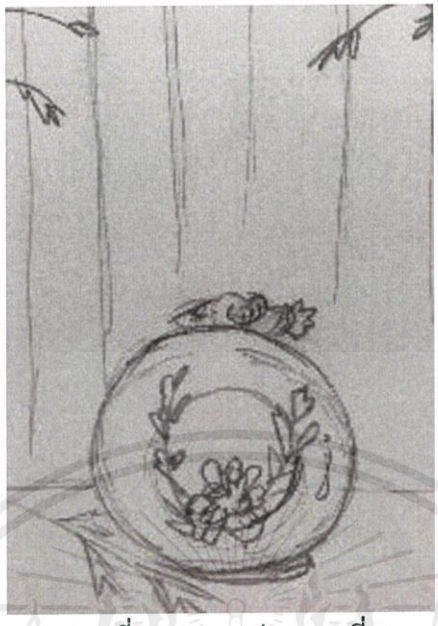
เป็นภาพแสดงถึง สินค้า เซรามิก บอไซ วางอยู่บนโต๊ะเพื่อประดับอย่างสวยงาม



ภาพที่ 10 : ภาพร่างภาพที่ 8

เป็นภาพที่แสดงถึง สินค้า กรอบรูปดอกไม้แห้งขนาดเล็ก วางอยู่บนชั้นประดับห้องอย่างสวยงาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



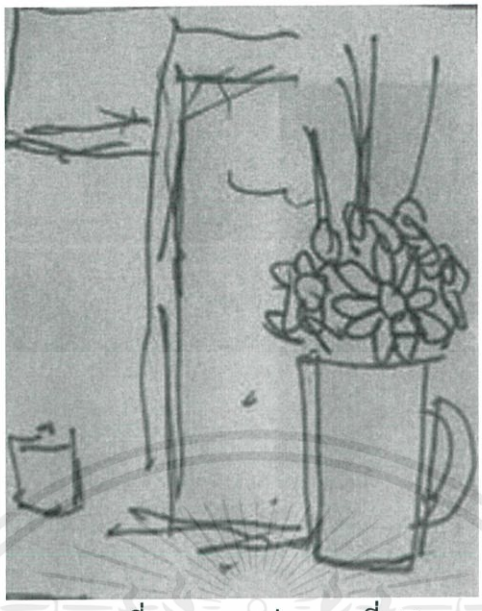
ภาพที่ 11 : ภาพร่างภาพที่ 9

เป็นภาพแสดง ถึงเฟิร์น และลูกสนที่นำมาประดิษฐ์เองใส่ในโลแก้วแขวน

ภาพที่ 12 : ภาพร่างภาพที่ 10

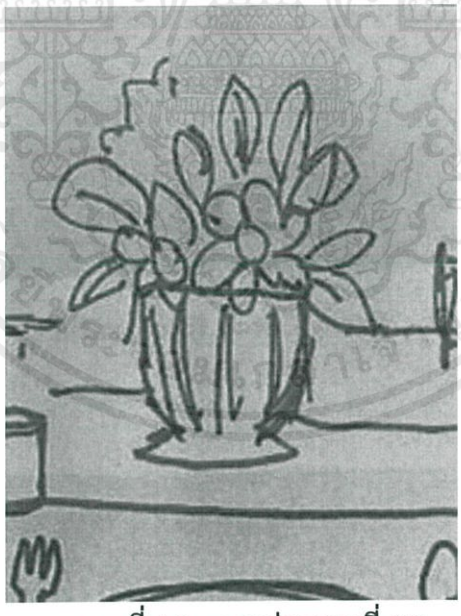
เป็นภาพแสดงถึงซ่อบูเก้ วางอยู่บนเก้าอี้สีขาวซึ่งคล้ายๆกับหลังรับปริญาก็วางพักไว้ที่บ้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 13 : ภาพร่างภาพที่ 11

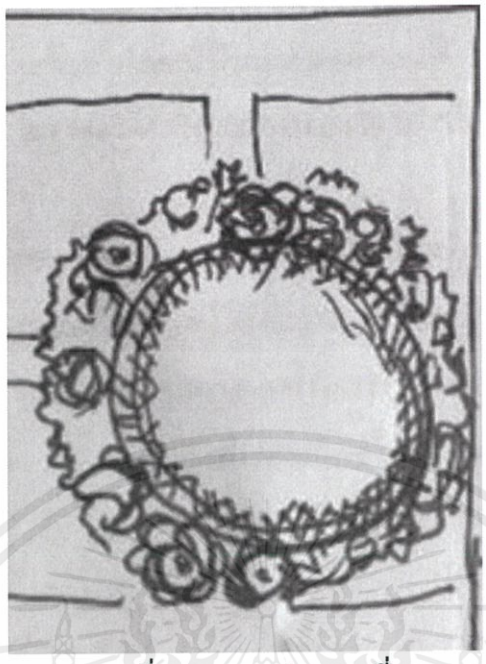
เป็นภาพแสดงถึง แจกันแก้วขนาดใหญ่ดีไซน์ คริสมาส วางปรับดับอยู่บนฝาผนังบ้าน



ภาพที่ 14 : ภาพร่างภาพที่ 12

เป็นภาพแสดงถึง แจกันเซรามิก วางประดับอยู่บนโต๊ะกินข้าว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



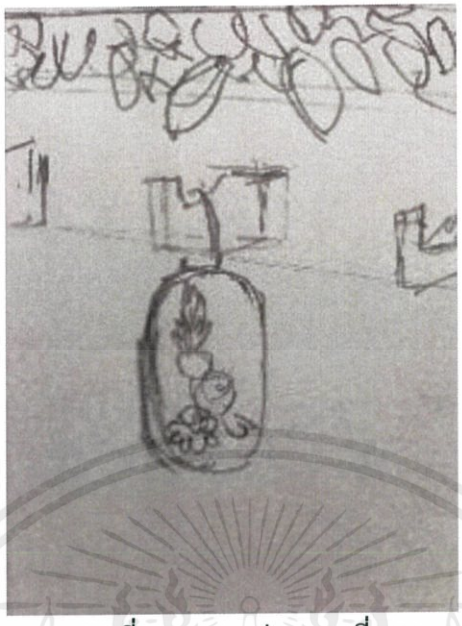
ภาพที่ 15 : ภาพร่างภาพที่ 13

เป็นภาพแสดงถึงหลีดคริสมาส แขวนที่ประตู เพื่อประดับในวันคริสมาส

ภาพที่ 16 : ภาพร่างภาพที่ 14

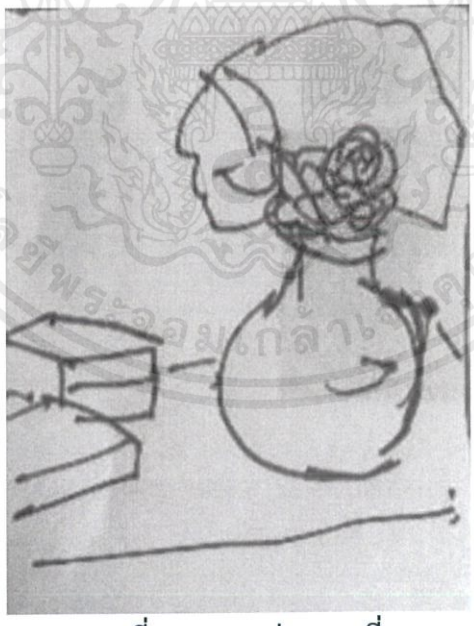
เป็นภาพแสดงถึงแจกันแก้ว วางอยู่บนเตาผิงประดับ สวยงาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 17 : ภาพร่างภาพที่ 15

เป็นภาพแสดงถึง ก้อนเครื่องหอมอโรม่า แขวนอยู่หน้าประตูบ้าน



ภาพที่ 18 : ภาพร่างภาพที่ 16

เป็นภาพแสดงถึง แจกันแก้ว วางอยู่บนโต๊ะอ่านหนังสือ สวยงาม

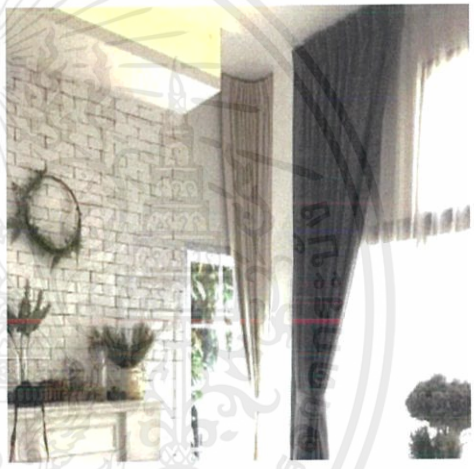
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4 สำรวจสถานที่

DEAR HOME STUDIO

ภาพที่ 19 : แผนที่การเดินทางไป Dear home studio

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 20 : ภาพการสำรวจสถานที่ Dear Home studio

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5 blocking shot

ภาพที่ 21 : ผลิตภัณฑ์บุหงาดอกไม้หอม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 22 : ผลิตภัณฑ์หมวกใบลานดอกไม้แห้ง

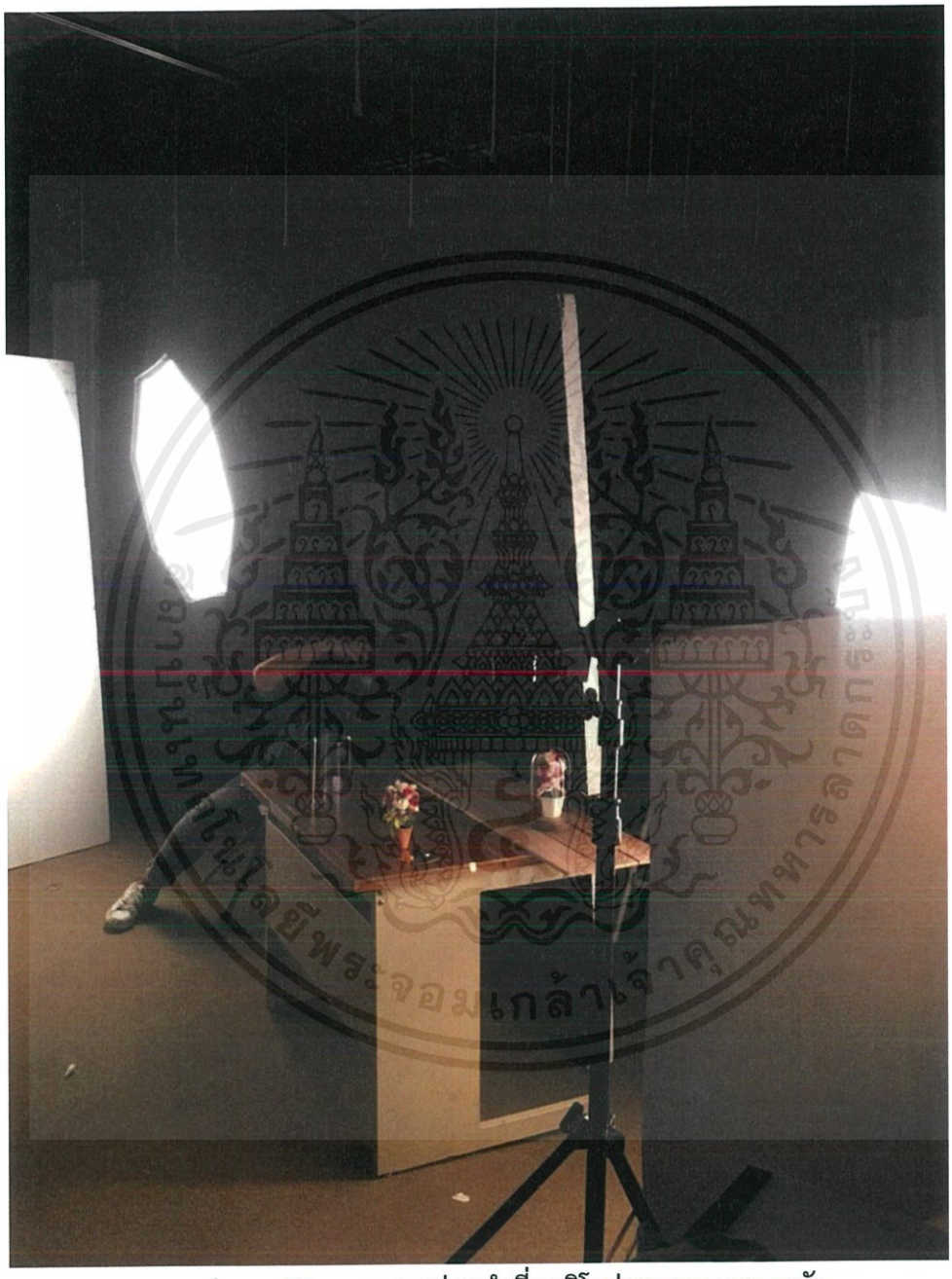
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปภาพ 23 : ผลิตภัณฑ์ช่อไม้งา,ใบแบงค์เชีย,ดอกไผ่ห้วยลึก

(เรียงจากซ้ายไปขวา)

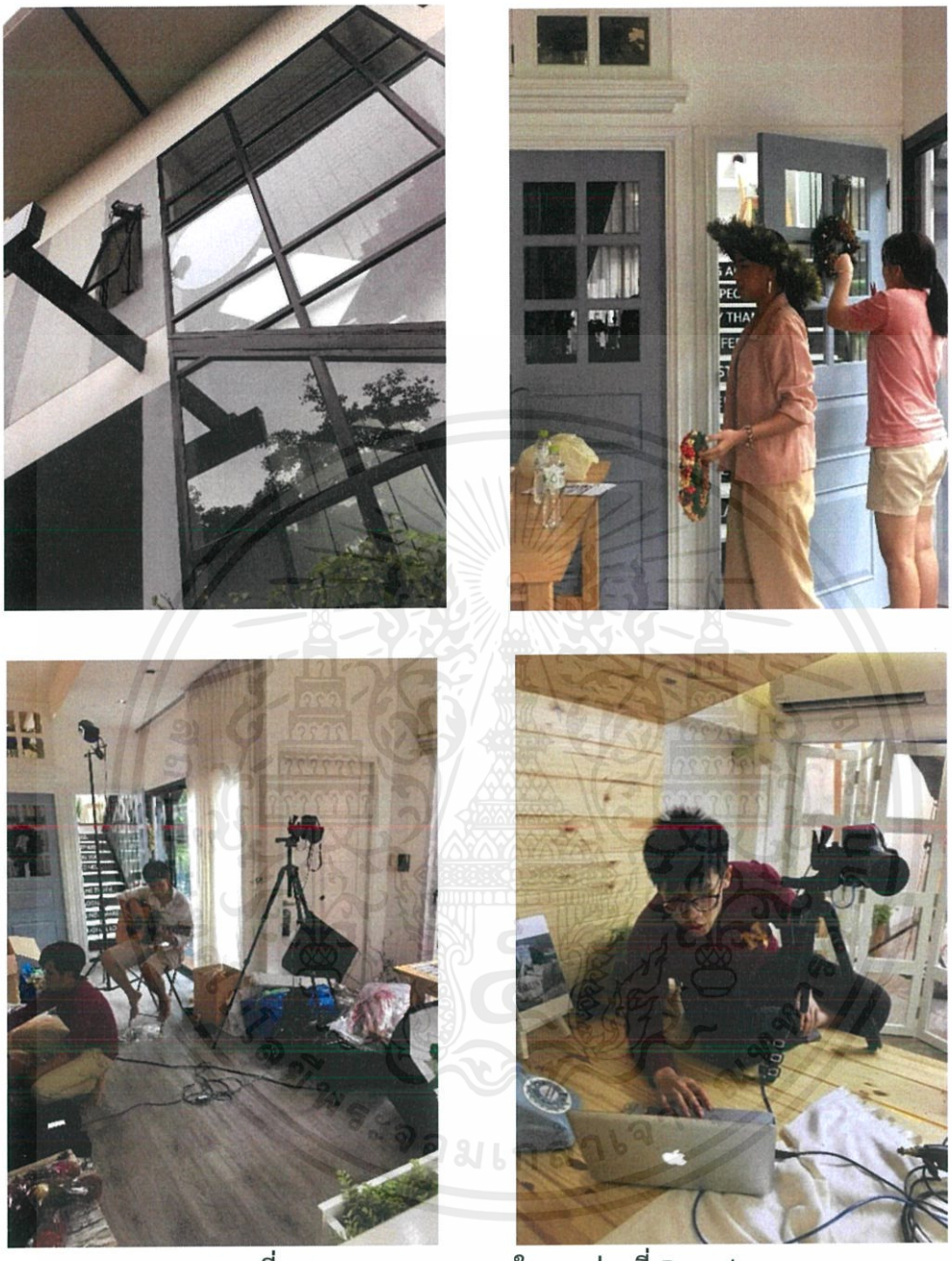
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.6 ภาพบรรยากาศการถ่ายทำ



รูปภาพ 24 : ภาพการถ่ายทำที่สตูดิโอถ่ายภาพลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



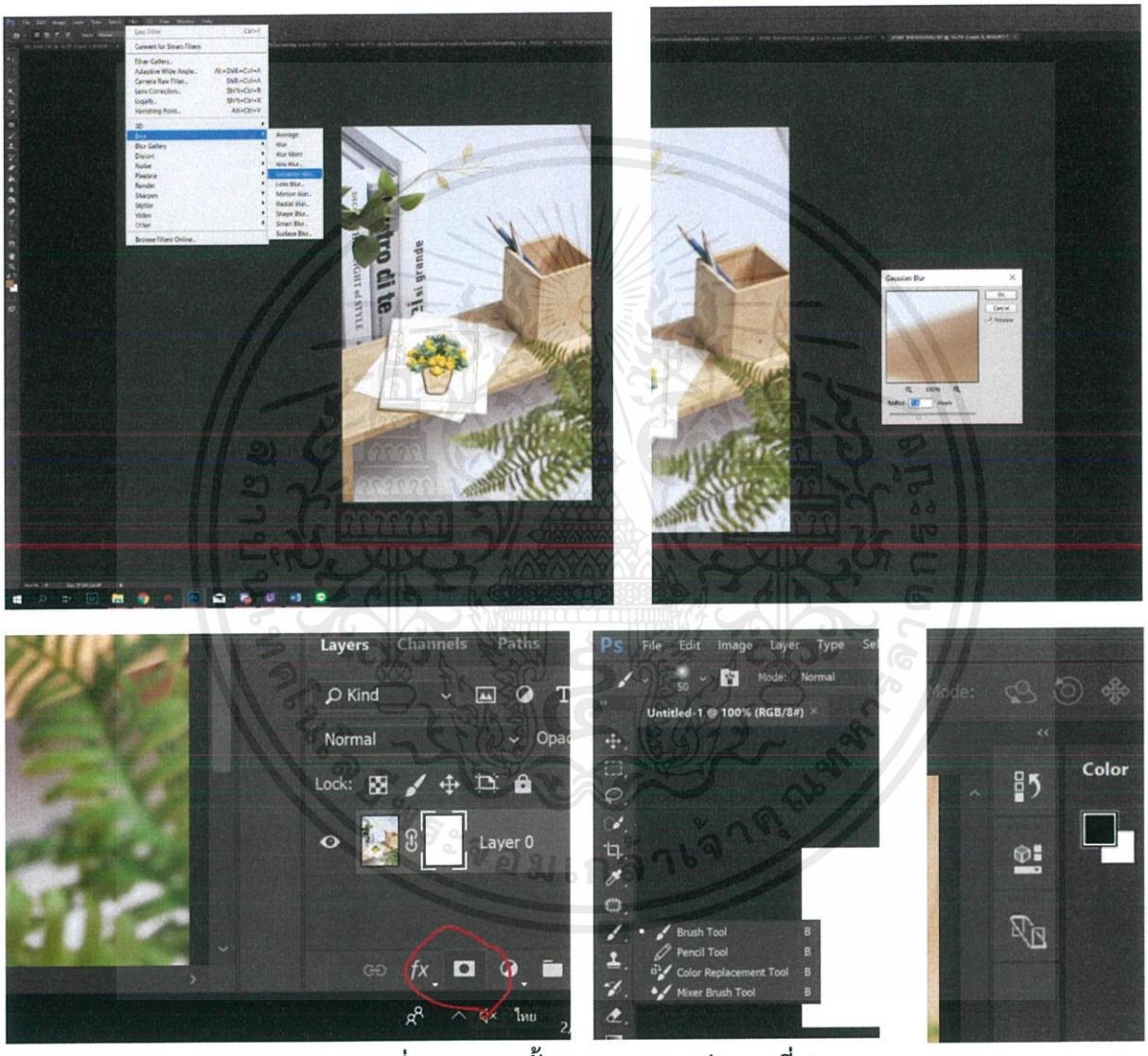
ภาพที่ 25 : ภาพบรรยากาศในการถ่ายที่ Dear home

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ขั้นตอนการตกแต่งภาพและผลงานจริง

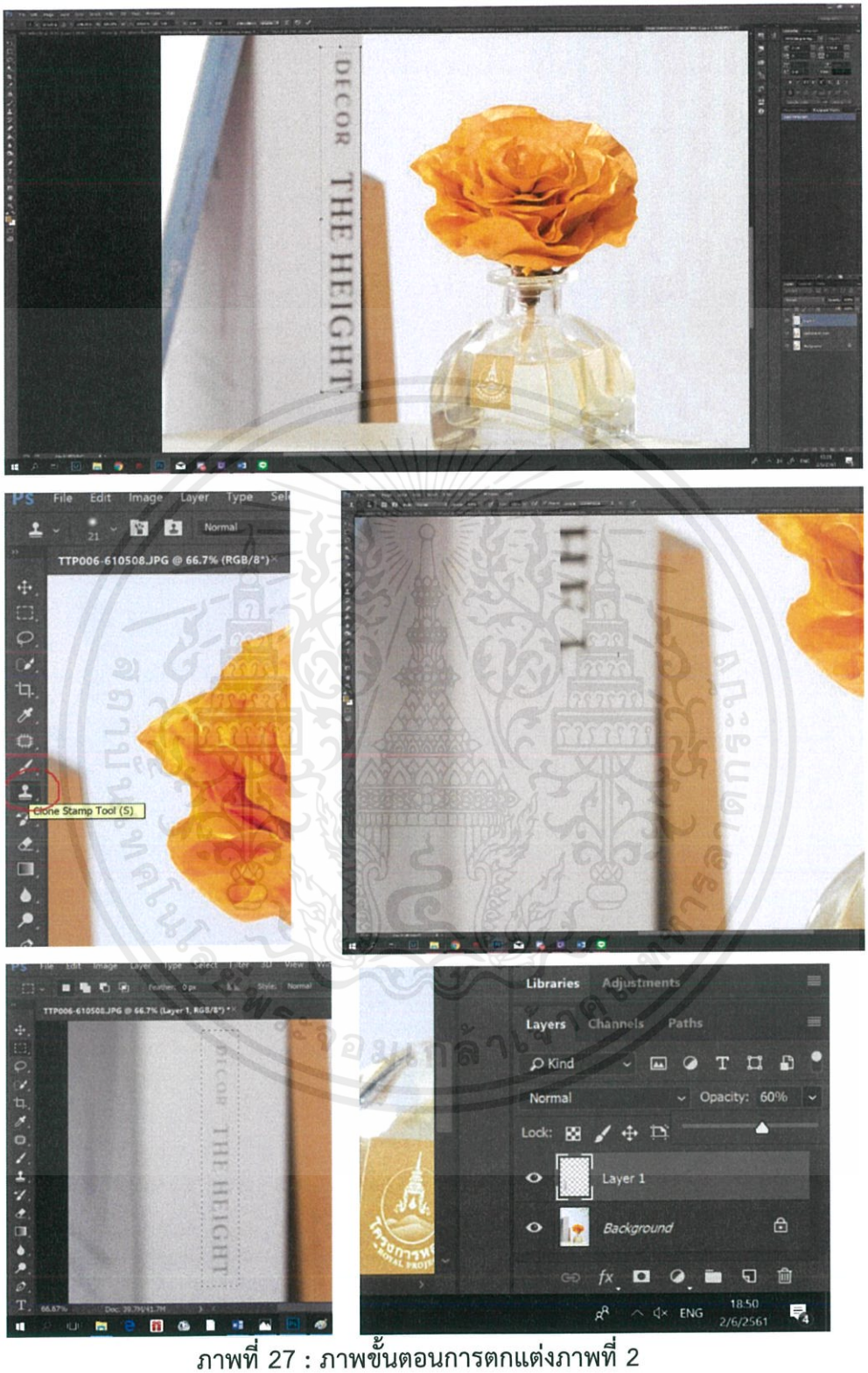
4.1 ขั้นตอนการตกแต่งภาพ



ภาพที่ 26 : ภาพขั้นตอนการตกแต่งภาพที่ 1

การรีทัชทำให้หนังสือด้านหลังเบลอขึ้นโดยการใช้ Gaussian Blur และใช้ Layers Mask ลบส่วนที่ต้องการให้ชัดออก

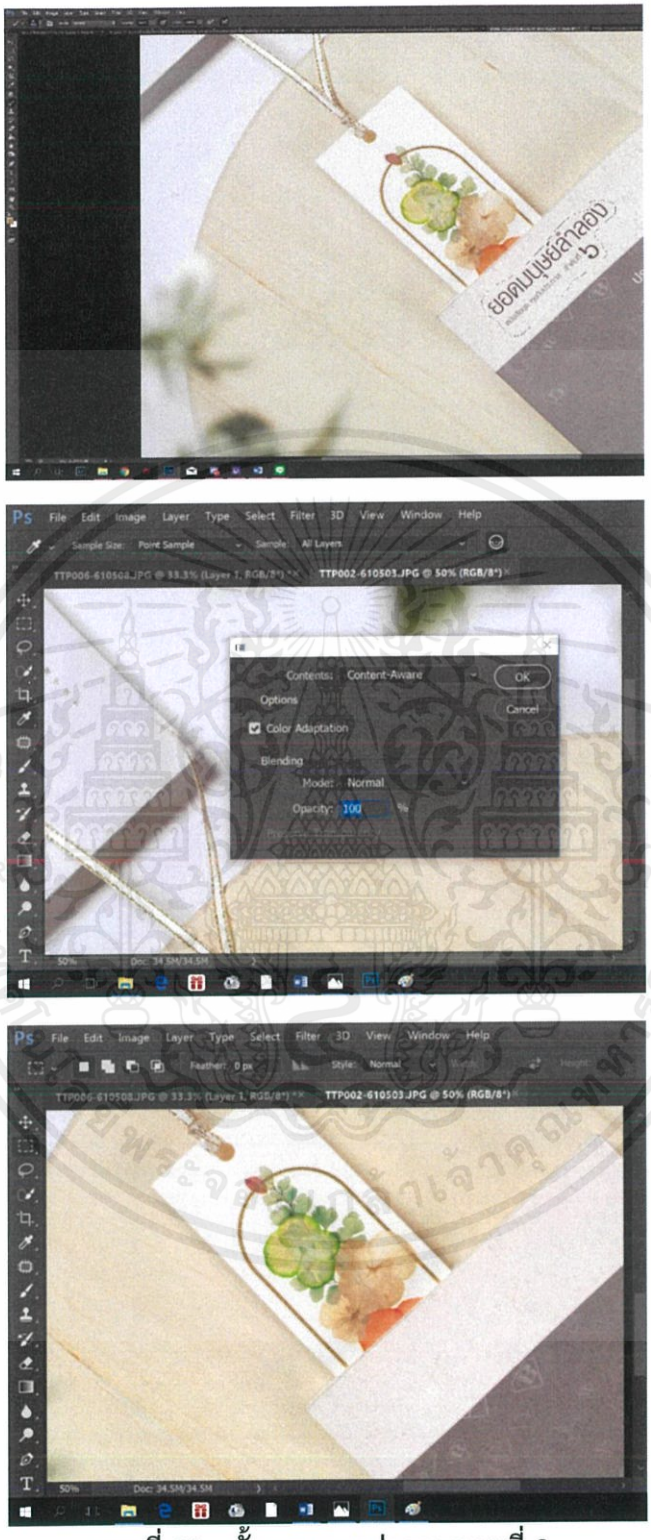
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 27 : ภาพขั้นตอนการตกแต่งภาพที่ 2

รีทัชหนังสือด้วยการใช้ Clone Stamp เพื่อนำตัวหนังสือออกและเอามาย่อให้เล็กลง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 28 : ขั้นตอนตกแต่งภาพภาพที่ 3

รีทัชเอาตัวหนังสือ ของหนังสือด้วยการใช้ Comtent-Aware

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 ขั้นตอนการจัดแสดงผลงาน

ภาพที่ 29 : ภาพรวมผลงานหลังจากการตกแต่งภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 ผลงานจริง

ภาพที่ 30 : ภาพผลงานจริงและโปสเตอร์ ภาพที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 31 : ภาพผลงานจริงและโปสเตอร์ ภาพที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 32 : ภาพผลงานจริงและโปสเตอร์ ภาพที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 33 : ภาพผลงานจริงและโปสเตอร์ ภาพที่ 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 34 : ภาพผลงานจริงและโปสเตอร์ ภาพที่ 5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 35 : ภาพผลงานจริงและโปสเตอร์ ภาพที่ 6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 36 : ภาพผลงานจริงและโปสเตอร์ ภาพที่ 7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 37 : ภาพผลงานจริงและโปสเตอร์ ภาพที่ 8

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 38 : ภาพผลงานจริงและโปสเตอร์ ภาพที่ 9

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 39 : ภาพผลงานจริงและโปสเตอร์ ภาพที่ 10

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 40 : ภาพผลงานจริงและโปสเตอร์ ภาพที่ 11

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 41 : ภาพผลงานจริงและโปสเตอร์ ภาพที่ 12

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 42 : ภาพผลงานจริงและโปสเตอร์ ภาพที่ 13

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 43 : ภาพผลงานจริงและโปสเตอร์ ภาพที่ 14

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 44 : ภาพผลงานจริงและโปสเตอร์ ภาพที่ 15

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 45 : ภาพผลงานจริงและโปสเตอร์ ภาพที่ 16

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

บทสรุป

5.1 บทสรุป

จากการถ่ายศิลปนิพนธ์ครั้งนี้ข้าพเจ้าได้มีการศึกษาการถ่ายภาพโฆษณาได้รู้ถึงขั้นตอนการถ่ายทำและการจัดวางเลย์เอาท์เพื่อนำมาวางในสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการบุหงาโครงการหลวง และ การจัดแสงเพื่อใช้ในการถ่ายภาพ still life เพื่อถ่ายภาพโฆษณา วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายของโครงการบุหงาโครงการหลวง

ส่วนตัวยังไม่พึงพอใจเท่าที่ควร เพราะข้าพเจ้าคิดว่าสามารถทำได้ดีกว่านี้ หากไม่เกิดปัญหาหน้างานจนทำให้หลาย ๆ ภาพที่ตั้งใจไว้จะต้องเปลี่ยนมุมกะทันหัน แต่ก็ยังสามารถผ่านไปด้วยดี

5.2 ปัญหาที่เกิดขึ้นและวิธีการแก้ไข

5.2.1 เนื่องจากวันที่ถ่ายทำในสตูดิโอ มีสภาพอากาศฝนตกอย่างรุนแรง จึงทำให้ภาพที่วางไว้ด้านนอกไม่สามารถถ่ายได้ จึงควรเช็คสภาพอากาศก่อนถ่ายทำและเตรียมสถานที่สำรอง

5.2.2 เวลาถ่ายทำค่อนข้างจำกัด ภายในหนึ่งวันสำหรับการถ่ายภาพโฆษณา ควรเพิ่มวันในการถ่ายทำจัดแบ่งตารางเวลาให้ดีกว่านี้

5.2.3 พื้นที่ถ่ายทำค่อนคับแคบจึงเกิดปัญหาในการจัดแสง ใช้อุปกรณ์จัดแสงขนาดเล็กลง เช่น แฟลชเล็ก และอุปกรณ์หน้าไฟขนาดเล็กลง ให้เหมาะสมกับสถานที่ถ่ายทำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3 ประโยชน์ที่ได้รับ

5.3.1 ได้ใช้เวลาร่วมกับคุณพ่อและครอบครัวมากขึ้น

5.3.2 ได้รู้จักการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า

5.3.3 ได้รู้จักการวางแผนการทำงาน และทำงานได้อย่างเป็นระบบมากขึ้น

5.3.4 ได้ศึกษาผลงานศิลปะและนำมาปรับใช้กับผลงานของตัวเอง

5.4 ข้อเสนอแนะ

5.4.1 ควรมีโปรดิวเซอร์สำหรับการจัดการและวางแผนงาน เพื่อที่หน้างานจะได้ไม่ต้องกังวลในส่วนอื่นนอกจากการถ่ายภาพ

5.4.2 เนื่องจากงานประเภทภาพถ่ายโฆษณาเป็นงานที่ต้องใช้ความเข้าใจในการวางจัดองค์ประกอบสูงจึงควรปรึกษาเพื่อน นิเทศ เพื่อนำมาปรับใช้งานได้ดีขึ้นและนำมาปรับใช้ได้

5.4.3 ต้องมีสติในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าควรเตรียมใจกับสิ่งไม่คาดฝันว่าสามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

รองศาสตร์จารย์กิตติชัย เกษมศานติ์.ภาพถ่ายประกอบนิตยสาร :งานสิ่งพิมพ์เอกสารตำรา สำนักงานคณบดี คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์,2556

ผู้ช่วยศาสตราจารย์เยาวนารถ พันธุ์.กระบวนการผลิตภาพโฆษณา[ออนไลน์].สืบค้น 1 มิถุนายน 2561 เข้าถึงได้จาก http://www.east.spu.ac.th/comm_admin_knowledge/A4023.pdf

นางสาวศศิณา สิริวัฒน์.วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์[ออนไลน์].สืบค้น 1 มิถุนายน 2561 เข้าถึงได้จาก https://sites.google.com/site/onlinelearningseries/hnwy-thi-1-phlitphanth/xngkhprakxbkhxngphlitphanth

Kinfolk.นิตยสารแนว lifestyle[ออนไลน์].สืบค้น 2 มิถุนายน 2561 เข้าถึงได้จาก http://www.dooddot.com/kinfolklifestyle/

สุนิตา.ประเภทของภาพ[ออนไลน์].สืบค้น 3 มิถุนายน 2561 เข้าถึงได้จาก http://student.nu.ac.th/sunita/kod02.html

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล นาย ธามธัญ เตชะศีลพิทักษ์

ที่อยู่ 5/220 หมู่บ้านตะวันนา ซ.นนทบุรี 42 ถนน สนามบินน้ำ

ตำบล บางกระสอ อำเภอ เมือง จังหวัด นนทบุรี 11000

E-mail: thamthun@gmail.com

ประวัติการศึกษา

ประถมศึกษา : โรงเรียน สาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

มัธยมศึกษา : โรงเรียน สาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ระดับอุดมศึกษา : สาขาวิชาการถ่ายภาพ ภาควิชานิเทศศิลป์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร

ลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้