

การถ่ายภาพโฆษณา เรื่อง “สปริงเคิล”
ADVERTISING PHOTOGRAPHY TITLED “SPRINKLE”



นายวรัญญู กนกอุดม

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาการถ่ายภาพ ภาควิชาศิลปะศิลป์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2561

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์
การถ่ายภาพโฆษณา เรื่อง เรื่อง “สปริงเคิล”
ADVERTISING PHOTOGRAPHY TITLED “SPRINKLE”



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาการถ่ายภาพ

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์ วันที่ 12/06/62

(อาจารย์วิรุจน์ ชิตเดชะ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์	การถ่ายภาพโฆษณา เรื่อง “สปริงเคิล” ADVERTISING PHOTOGRAPHY TITLED “SPRINKLE”
ชื่อ	นายวรัญญู กนกอุดม
รหัสประจำตัว	58020423
สาขาวิชา	การถ่ายภาพ
ภาควิชา	นิเทศศิลป์
คณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2561
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์วิรุณันท์ ชิตเดชะ

บทคัดย่อ

ส่วนตัวแล้วข้าพเจ้าเป็นคนที่เลือกซื้อสินค้าจากรูปลักษณ์ภายนอกก่อนการเลือกซื้อน้ำดื่มก็เช่นกัน ข้าพเจ้าได้เห็นน้ำดื่มสปริงเคิลในชั้นวางที่มีรูปลักษณ์ของขวดโดดเด่นแปลกตาข้าพเจ้าเริ่มและชอบดื่มน้ำยี่ห้อสปริงเคิล เป็นประจำ ข้าพเจ้าเลยมีความประสงค์ที่จะศึกษาในตัวของแบรนด์น้ำดื่มนี้และอยากสร้างสรรค์ผลงานภาพถ่ายออกมาในแบบที่ข้าพเจ้าอยากทำ พร้อมกับมีจุดประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการผลิตภาพถ่ายโฆษณา ฝึกการวางแผนและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า และเพื่อโฆษณาน้ำดื่มสปริงเคิล

ศิลปนิพนธ์ชุดนี้นำเสนอภาพถ่าย จำนวน14ภาพ ขนาด16x24 นิ้ว โดยมีประโยชน์แก่ข้าพเจ้าและผู้ที่เกี่ยวข้องดังนี้ 1.)ศึกษาภาพถ่ายการโฆษณา 2.) ศึกษาการตกแต่งภาพสำหรับถ่ายโฆษณา 3.) เรียนรู้การวางองค์ประกอบของงานโฆษณา 4.) นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับน้ำดื่ม Sprinkle เพื่อให้ผู้สนใจศึกษาค้นคว้าแบรนด์ต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

ศิลปนิพนธ์นี้จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้เลย หากขาดความช่วยเหลือในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของคำแนะนำหรือแม้แต่คำติชม ความอนุเคราะห์เพื่อให้สร้างสรรค์ผลงานชิ้นสุดท้ายและชิ้นที่สำคัญที่สุดในชีวิต ขอขอบคุณความสนับสนุนในทุกด้านที่ทำให้เกิดผลงานชิ้นนี้ขึ้นมา

ขอขอบพระคุณอาจารย์วิรุณันท์ ชิตเดชะ ผู้ที่เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาอย่างยิ่ง ที่คอยให้คำแนะนำแนวทางการทำงานได้แบบไม่ขาดตกบกพร่อง และทุกคำแนะนำทำให้ข้าพเจ้าทำงานสำเร็จได้อย่างดี

ขอขอบคุณบุคคลที่สำคัญที่สุดในชีวิตของข้าพเจ้าคือ คุณพ่อและคุณแม่ ที่คอยถามถึงเรื่องการทำงานให้กำลังใจและเชื่อมั่นในการทำงานของข้าพเจ้า

ขอขอบคุณ ฮุย เพื่อนของข้าพเจ้าที่คอยช่วยเหลือเสมอมา ไม่ว่าข้าพเจ้าจะมีปัญหาอะไรก็ได้รับการช่วยเหลือตลอดและเป็นแรงผลักดันในการทำงานมาตลอดเวลาที่ข้าพเจ้าไม่มีกำลังใจในการทำงาน

ขอขอบคุณ เอี้ยว เพื่อนอีกหนึ่งคนที่ช่วยเหลือข้าพเจ้าในทุก ๆ ปัญหา เมื่อข้าพเจ้าไม่มีทางแก้ไขเอี้ยวก็สามารถช่วยแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้กับข้าพเจ้าได้ ไม่ว่าข้าพเจ้าจะขาดเหลืออะไรก็สามารถหาสิ่งที่ข้าพเจ้าต้องการได้ตลอด

ขอขอบคุณ อุ่ม เพื่อนที่คอยช่วยเตือนและตึงสติข้าพเจ้าตลอดมา ทั้งตอนทำงานและตอนที่ข้าพเจ้าเป็นกังวลในหลาย ๆ ครั้ง

ขอขอบคุณ พี่เค็๊ก และ เปา ที่มาช่วยแต่งหน้าทำผมและสร้างสีสันในกองถ่ายของข้าพเจ้าและทำให้งานข้าพเจ้าสมบูรณ์แบบมากขึ้น

ขอขอบคุณ น้องไต๋ น้องมายด์ และพี่หนึ่ง ที่มาช่วยเป็นนางแบบและนายแบบงานข้าพเจ้าสำเร็จไปด้วยดี

ขอขอบคุณ บาสและโจ ที่พร้อมมาช่วยข้าพเจ้าเสมอและมาเป็นผู้ช่วยจัดไฟให้ข้าพเจ้า

ขอขอบคุณ เพื่อนกลุ่มชวนกันเรียน ที่พร้อมคอยช่วยเหลือและเป็นสีสันให้กับข้าพเจ้าทำให้ข้าพเจ้าไม่เครียดมากเกินไป

ขอขอบคุณ เพื่อนกลุ่ม Dog lover club ที่คอยเป็นกำลังใจไม่ว่าจะในการทำงานและเรื่องต่าง ๆ เสมอมาและก็พร้อมคอยช่วยเหลือข้าพเจ้า

ขอขอบคุณ พี่ซัด ที่เป็นทั้งร้านปรินและที่อาศัยให้ข้าพเจ้าได้ทำงานชั่วคราวและปรินงานให้ข้าพเจ้าจนดีก

และขอขอบคุณ ปาน ที่เป็นแรงผลักดันและเป็นกำลังใจให้กับข้าพเจ้าทำให้ข้าพเจ้ามีร่างกายแรงใจในการทำงานเสมอ และเป็นเบื้องหลังในการทำงานหลายอย่างของข้าพเจ้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
สารบัญ	ค
สารบัญภาพ	จ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ	1
1.3 แนวความคิด	1
1.4 ขอบเขตโครงการ	2
1.5 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย	2
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 ข้อมูลในการสร้างสรรค์	3
2.1 ภาพถ่ายโฆษณา	3
2.2 ข้อมูล Sprinkle	5
2.2.1 ประวัติความเป็นมา	5
2.2.2 วิสัยทัศน์	6
2.2.3 แหล่งผลิต	6
2.2.4 สินค้า	7
2.3 คู่แข่งทางการตลาด	8
2.4 วิเคราะห์ SWOT	10
2.5 วิเคราะห์ภาพถ่ายโฆษณาของ Sprinkle	11
2.5.1 ตัวอย่างภาพโฆษณา	11
บทที่ 3 ขั้นตอนการสร้างสรรค์ผลงาน	12
3.1 ขั้นตอนการวางแผนงาน	12
3.2 ขั้นตอนการทำงาน	12
3.2.1 นางแบบและนายแบบ	12
3.2.2 สินค้าที่นำมาใช้	13

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

3.3	ขั้นตอนการทำงานชุดที่ 1	15
3.3.1	แบบร่าง	18
3.3.2	Lighting Diagram	18
3.3.3	ขั้นตอนการตกแต่งภาพหลังการสร้างสรรค์ ชุดที่1	21
3.4	ขั้นตอนการตกแต่งภาพหลังการสร้างสรรค์ ชุดที่2	24
3.4.1	แบบร่างชุดที่2	24
3.4.2	ขั้นตอนการตกแต่งภาพหลังการสร้างสรรค์ ชุดที่2	28
บทที่4	ผลงานจริง	32
บทที่5	บทสรุปและข้อเสนอแนะ	46
5.1	สรุปผลการทำงาน	46
5.2	ปัญหาในการทำงาน	46
5.3	ข้อเสนอแนะ	47



สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 ตัวอย่างสินค้า	7
2 ตัวอย่างสินค้า	7
3 ตัวอย่างสินค้า	7
4 ภาพตัวอย่างโฆษณาของสปริงเคิล	11
5 ภาพตัวอย่างโฆษณาของสปริงเคิล	11
6 ภาพตัวอย่างโฆษณาของสปริงเคิล	11
7 ภาพตัวอย่างโฆษณาของสปริงเคิล	11
8 ภาพตัวอย่างโฆษณาของสปริงเคิล	11
9 ภาพตัวอย่างโฆษณาของสปริงเคิล	11
10 ภาพตัวอย่างโฆษณาของสปริงเคิล	11
11 ภาพตัวอย่างโฆษณาของสปริงเคิล	11
12 ภาพขวดน้ำ Sprinkle campaign Unlimited inspiration	13
13 ภาพขวดน้ำ Sprinkle campaign Unlimited inspiration	13
14 ภาพขวดน้ำ Sprinkle campaign Unlimited inspiration	13
15 ภาพขวดน้ำ Sprinkle campaign Unlimited inspiration	13
16 ภาพขวดน้ำ Sprinkle campaign Unlimited inspiration	13
17 ภาพขวดน้ำ Sprinkle campaign Unlimited inspiration	13
18 ภาพขวดน้ำ Sprinkle campaign Unlimited inspiration	13
19 ภาพขวดน้ำ Sprinkle campaign Unlimited inspiration	13
20 ภาพขวดน้ำ Sprinkle	14
21 ภาพร่างชุดที่ 1 รูปที่ 1	15
22 ภาพร่างชุดที่ 1 รูปที่ 2	15
23 ภาพร่างชุดที่ 1 รูปที่ 3	16
24 ภาพร่างชุดที่ 1 รูปที่ 4	16
25 ภาพร่างชุดที่ 1 รูปที่ 5	17
26 ภาพร่างชุดที่ 1 รูปที่ 6	17
27 Lighting Diagram ชุดที่ 1 ภาพที่ 1	18
28 Lighting Diagram ชุดที่ 1 ภาพที่ 2	18
29 Lighting Diagram ชุดที่ 1 ภาพที่ 3	19
30 Lighting Diagram ชุดที่ 1 ภาพที่ 4	19

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ	หน้า
31 Lighting Diagram ชุดที่ 1 ภาพที่ 5	20
32 Lighting Diagram ชุดที่ 1 ภาพที่ 6	20
33 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 1	21
34 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 1	22
35 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 1	22
36 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 1	23
37 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 1	23
38 ภาพร่างชุดที่ 2 รูปที่ 1	24
39 ภาพร่างชุดที่ 2 รูปที่ 2	25
40 ภาพร่างชุดที่ 2 รูปที่ 3	25
41 ภาพร่างชุดที่ 2 รูปที่ 4	26
42 ภาพร่างชุดที่ 2 รูปที่ 5	26
43 ภาพร่างชุดที่ 2 รูปที่ 6	27
44 ภาพร่างชุดที่ 2 รูปที่ 7	27
45 ภาพร่างชุดที่ 2 รูปที่ 8	28
46 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 2	28
47 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 2	29
48 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 2	29
49 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 2	30
50 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 2	30
51 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 2	31
52 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 2	31
53 ภาพผลงานรุ่น Spinkle ที่สมบูรณ ภาพที่ 1	32
54 ภาพผลงานรุ่น Spinkle ที่สมบูรณ ภาพที่ 2	32
55 ภาพผลงานรุ่น Spinkle ที่สมบูรณ ภาพที่ 3	32
56 ภาพผลงานรุ่น Spinkle ที่สมบูรณ ภาพที่ 4	32
57 ภาพผลงานรุ่น Spinkle ที่สมบูรณ ภาพที่ 5	32
58 ภาพผลงานรุ่น Spinkle ที่สมบูรณ ภาพที่ 6	32
59 ภาพผลงานรุ่น Spinkle ที่สมบูรณ ภาพที่ 7	32
60 ภาพผลงานรุ่น Spinkle ที่สมบูรณ ภาพที่ 8	32

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ		หน้า
61	ภาพผลงานรุ้น Spinkle ที่สมบูรณ์ ภาพที่ 9	32
62	ภาพผลงานรุ้น Spinkle ที่สมบูรณ์ ภาพที่ 10	32
63	ภาพผลงานรุ้น Spinkle ที่สมบูรณ์ ภาพที่ 11	32
64	ภาพผลงานรุ้น Spinkle ที่สมบูรณ์ ภาพที่ 12	32
65	ภาพผลงานรุ้น Spinkle ที่สมบูรณ์ ภาพที่ 13	32
66	ภาพผลงานรุ้น Spinkle ที่สมบูรณ์ ภาพที่ 14	32



การถ่ายภาพโฆษณา เรื่อง “สปริงเคิล”
ADVERTISING PHOTOGRAPHY TITLED “SPRINKLE”



ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาการถ่ายภาพ ภาควิชาศิลปะศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2561

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์
การถ่ายภาพโฆษณา เรื่อง เรื่อง “สปริงเคิล”
ADVERTISING PHOTOGRAPHY TITLED “SPRINKLE”



นายวรัญญู กนกอุดม
Mr. WARANYOO KANOKUDOM

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาการถ่ายภาพ

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์ วันที่.....

(อาจารย์วิรุจน์ ชิตเดชะ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์	การถ่ายภาพโฆษณา เรื่อง “สปริงเคิล” ADVERTISING PHOTOGRAPHY TITLED “SPRINKLE”
ชื่อ	นายวรัญญู กนกอุดม
รหัสประจำตัว	58020423
สาขาวิชา	การถ่ายภาพ
คณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2561
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์วิรัตน์ ชิตเดชะ

บทคัดย่อ

ส่วนตัวแล้วข้าพเจ้าเป็นคนที่เลือกซื้อสินค้าจากรูปลักษณ์ภายนอกก่อนการเลือกซื้อน้ำดื่มก็เช่นกัน ข้าพเจ้าได้เห็นน้ำดื่มสปริงเคิลในชั้นวางที่มีรูปลักษณ์ของขวดโดดเด่นแปลกตาข้าพเจ้าเริ่มและชอบดื่มน้ำยี่ห้อสปริงเคิล เป็นประจำ ข้าพเจ้าเลยมีความประสงค์ที่จะศึกษาในตัวของแบรนด์น้ำดื่มนี้และอยากสร้างสรรค์ผลงานภาพถ่ายออกมาในแบบที่ข้าพเจ้าอยากทำ พร้อมกับมีจุดประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการผลิตภาพถ่ายโฆษณา ฝึกการวางแผนและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า และเพื่อโฆษณาน้ำดื่มสปริงเคิล

ศิลปนิพนธ์ชุดนี้นำเสนอภาพถ่าย จำนวน14ภาพ ขนาด16x24 นิ้ว โดยมีประโยชน์แก่ข้าพเจ้าและผู้ที่สนใจดังนี้ 1.)ศึกษาภาพถ่ายการโฆษณา 2.) ศึกษาการตกแต่งภาพสำหรับถ่ายโฆษณา 3.) เรียนรู้การวางองค์ประกอบของงานโฆษณา 4.) นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับน้ำดื่ม Sprinkle เพื่อให้ผู้สนใจศึกษาค้นคว้าแบรนด์ต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

ศิลปนิพนธ์นี้จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้เลย หากขาดความช่วยเหลือในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นส่วน
ของคำแนะนำหรือแม้แต่คำติชม ความอนุเคราะห์เพื่อให้สร้างสรรค์ผลงานชิ้นสุดท้ายและชิ้นที่สำคัญที่สุดใน
ชีวิต ขอขอบคุณความสนับสนุนในทุกด้านที่ทำให้เกิดผลงานชิ้นนี้ขึ้นมา

ขอขอบพระคุณอาจารย์วิรุณันท์ ชิตเดชะ ผู้ที่เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาอย่างยิ่ง ที่คอยให้คำแนะนำแนว
ทางการทำงานได้แบบไม่ขาดตกบกพร่อง และทุกคำแนะนำทำให้ข้าพเจ้าทำงานสำเร็จได้อย่างดี

ขอขอบคุณบุคคลที่สำคัญที่สุดในชีวิตของข้าพเจ้าคือ คุณพ่อและคุณแม่ ที่คอยถามถึงเรื่องการทำงาน
ให้กำลังใจและเชื่อมั่นในการทำงานของข้าพเจ้า

ขอขอบคุณ ฮุย เพื่อนของข้าพเจ้าที่คอยช่วยเหลือเสมอมา ไม่ว่าจะข้าพเจ้าจะมีปัญหาอะไรก็ได้รับการ
ช่วยเหลือตลอดและเป็นแรงผลักดันในการทำงานมาตลอดเวลาที่ข้าพเจ้าไม่มีกำลังใจในการทำงาน

ขอขอบคุณ เอี้ยว เพื่อนอีกหนึ่งคนที่ช่วยเหลือข้าพเจ้าในทุก ๆ ปัญหา เมื่อข้าพเจ้าไม่มีทางแก้ไขเอี้ยว
ก็สามารถช่วยแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้กับข้าพเจ้าได้ ไม่ว่าจะข้าพเจ้าจะขาดเหลืออะไรก็สามารถหาสิ่งที่ข้าพเจ้า
ต้องการได้ตลอด

ขอขอบคุณ อุ่ม เพื่อนที่คอยช่วยเตือนและดึงสติข้าพเจ้าตลอดมา ทั้งตอนทำงานและตอนที่ข้าพเจ้า
เป็นกังวลในหลาย ๆ ครั้ง

ขอขอบคุณ พี่เค็ก และ เปา ที่มาช่วยแต่งหน้าทำผมและสร้างสีสันในกองถ่ายของข้าพเจ้าและทำให้
งานข้าพเจ้าสมบูรณ์แบบมากขึ้น

ขอขอบคุณ น้องไต้ น้องมายด์ และพี่หนึ่ง ที่มาช่วยเป็นนางแบบและนายแบบงานข้าพเจ้าสำเร็จไป
ด้วยดี

ขอขอบคุณ บาสและโจ ที่พร้อมมาช่วยข้าพเจ้าเสมอและมาเป็นผู้ช่วยจัดไฟให้ข้าพเจ้า

ขอขอบคุณ เพื่อนกลุ่มชวนกันเรียน ที่พร้อมคอยช่วยเหลือและเป็นสีสันให้กับข้าพเจ้าทำให้ข้าพเจ้าไม่
เครียดมากเกินไป

ขอขอบคุณ เพื่อนกลุ่ม Dog lover club ที่คอยเป็นกำลังใจไม่ว่าจะในการทำงานและเรื่องต่าง ๆ
เสมอมาและก็พร้อมคอยช่วยเหลือข้าพเจ้า

ขอขอบคุณ พี่ซัด ที่เป็นทั้งร้านปรีนและที่อาศัยให้ข้าพเจ้าได้ทำงานชั่วคราวและปรีนงานให้ข้าพเจ้า
จนดี

และขอขอบคุณ ปาน ที่เป็นแรงผลักดันและเป็นกำลังใจให้กับข้าพเจ้าทำให้ข้าพเจ้ามีแรงกายแรงใจใน
การทำงานเสมอ และเป็นเบื้องหลังในการทำงานหลายอย่างของข้าพเจ้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
สารบัญ	ค
สารบัญภาพ	จ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ	1
1.3 แนวความคิด	1
1.4 ขอบเขตโครงการ	2
1.5 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย	2
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 ข้อมูลในการสร้างสรรค์	3
2.1 ภาพถ่ายโฆษณา	3
2.2 ข้อมูล Sprinkle	5
2.2.1 ประวัติความเป็นมา	5
2.2.2 วิสัยทัศน์	6
2.2.3 แหล่งผลิต	6
2.2.4 สินค้า	7
2.3 คู่แข่งทางการตลาด	8
2.4 วิเคราะห์ SWOT	10
2.5 วิเคราะห์ภาพถ่ายโฆษณาของ Sprinkle	11
2.5.1 ตัวอย่างภาพโฆษณา	11
บทที่ 3 ขั้นตอนการสร้างสรรค์ผลงาน	12
3.1 ขั้นตอนการวางแผนงาน	12
3.2 ขั้นตอนการทำงาน	12
3.2.1 นางแบบและนายแบบ	12
3.2.2 สินค้าที่นำมาใช้	13

สารบัญ (ต่อ)

3.3	ขั้นตอนการทำงานชุดที่ 1	15
3.3.1	แบบร่าง	18
3.3.2	Lighting Diagram	18
3.3.3	ขั้นตอนการตกแต่งภาพหลังการสร้างสรรค์ ชุดที่1	21
3.4	ขั้นตอนการตกแต่งภาพหลังการสร้างสรรค์ ชุดที่2	24
3.4.1	แบบร่างชุดที่2	24
3.4.2	ขั้นตอนการตกแต่งภาพหลังการสร้างสรรค์ ชุดที่2	28
บทที่4	ผลงานจริง	32
บทที่5	บทสรุปและข้อเสนอแนะ	46
5.1	สรุปผลการทำงาน	46
5.2	ปัญหาในการทำงาน	46
5.3	ข้อเสนอแนะ	47



สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 ตัวอย่างสินค้า	7
2 ตัวอย่างสินค้า	7
3 ตัวอย่างสินค้า	7
4 ภาพตัวอย่างโฆษณาของสปริงเคิล	11
5 ภาพตัวอย่างโฆษณาของสปริงเคิล	11
6 ภาพตัวอย่างโฆษณาของสปริงเคิล	11
7 ภาพตัวอย่างโฆษณาของสปริงเคิล	11
8 ภาพตัวอย่างโฆษณาของสปริงเคิล	11
9 ภาพตัวอย่างโฆษณาของสปริงเคิล	11
10 ภาพตัวอย่างโฆษณาของสปริงเคิล	11
11 ภาพตัวอย่างโฆษณาของสปริงเคิล	11
12 ภาพขวดน้ำ Sprinkle campaign Unlimited inspiration	13
13 ภาพขวดน้ำ Sprinkle campaign Unlimited inspiration	13
14 ภาพขวดน้ำ Sprinkle campaign Unlimited inspiration	13
15 ภาพขวดน้ำ Sprinkle campaign Unlimited inspiration	13
16 ภาพขวดน้ำ Sprinkle campaign Unlimited inspiration	13
17 ภาพขวดน้ำ Sprinkle campaign Unlimited inspiration	13
18 ภาพขวดน้ำ Sprinkle campaign Unlimited inspiration	13
19 ภาพขวดน้ำ Sprinkle campaign Unlimited inspiration	13
20 ภาพขวดน้ำ Sprinkle	14
21 ภาพร่างชุดที่ 1 รูปที่ 1	15
22 ภาพร่างชุดที่ 1 รูปที่ 2	15
23 ภาพร่างชุดที่ 1 รูปที่ 3	16
24 ภาพร่างชุดที่ 1 รูปที่ 4	16
25 ภาพร่างชุดที่ 1 รูปที่ 5	17
26 ภาพร่างชุดที่ 1 รูปที่ 6	17
27 Lighting Diagram ชุดที่ 1 ภาพที่ 1	18
28 Lighting Diagram ชุดที่ 1 ภาพที่ 2	18
29 Lighting Diagram ชุดที่ 1 ภาพที่ 3	19
30 Lighting Diagram ชุดที่ 1 ภาพที่ 4	19

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ	หน้า
31 Lighting Diagram ชุดที่ 1 ภาพที่ 5	20
32 Lighting Diagram ชุดที่ 1 ภาพที่ 6	20
33 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 1	21
34 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 1	22
35 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 1	22
36 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 1	23
37 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 1	23
38 ภาพร่างชุดที่ 2 รูปที่ 1	24
39 ภาพร่างชุดที่ 2 รูปที่ 2	25
40 ภาพร่างชุดที่ 2 รูปที่ 3	25
41 ภาพร่างชุดที่ 2 รูปที่ 4	26
42 ภาพร่างชุดที่ 2 รูปที่ 5	26
43 ภาพร่างชุดที่ 2 รูปที่ 6	27
44 ภาพร่างชุดที่ 2 รูปที่ 7	27
45 ภาพร่างชุดที่ 2 รูปที่ 8	28
46 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 2	28
47 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 2	29
48 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 2	29
49 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 2	30
50 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 2	30
51 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 2	31
52 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 2	31
53 ภาพผลงานรุ่น Spinkle ที่สมบูรณ ภาพที่ 1	32
54 ภาพผลงานรุ่น Spinkle ที่สมบูรณ ภาพที่ 2	32
55 ภาพผลงานรุ่น Spinkle ที่สมบูรณ ภาพที่ 3	32
56 ภาพผลงานรุ่น Spinkle ที่สมบูรณ ภาพที่ 4	32
57 ภาพผลงานรุ่น Spinkle ที่สมบูรณ ภาพที่ 5	32
58 ภาพผลงานรุ่น Spinkle ที่สมบูรณ ภาพที่ 6	32
59 ภาพผลงานรุ่น Spinkle ที่สมบูรณ ภาพที่ 7	32
60 ภาพผลงานรุ่น Spinkle ที่สมบูรณ ภาพที่ 8	32

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ		หน้า
61	ภาพผลงานรุ่น Spinkle ที่สมบูรณ ภาพที่ 9	32
62	ภาพผลงานรุ่น Spinkle ที่สมบูรณ ภาพที่ 10	32
63	ภาพผลงานรุ่น Spinkle ที่สมบูรณ ภาพที่ 11	32
64	ภาพผลงานรุ่น Spinkle ที่สมบูรณ ภาพที่ 12	32
65	ภาพผลงานรุ่น Spinkle ที่สมบูรณ ภาพที่ 13	32
66	ภาพผลงานรุ่น Spinkle ที่สมบูรณ ภาพที่ 14	32



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ

เนื่องจากตัวข้าพเจ้าคือตั้มน้ำเปล่าแบรนด์ SPRINKLE เป็นประจำข้าพเจ้าเล็งเห็นว่าอยากจะแสดงให้เห็นถึงความโดดเด่นไม่ซ้ำใคร ด้วยรูปลักษณ์ที่แปลกใหม่ที่มีสีสันสวยงามของแบรนด์นี้ ข้าพเจ้าจึงเลือกการถ่ายภาพสื่อโฆษณาเพื่อเป็นการนำเสนอแบรนด์เครื่องตั้มน้ำ SPRINKLE ให้มีมุมมองที่หลากหลายและแปลกใหม่กว่าเดิม

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.2.1 เพื่อศึกษาขั้นตอนทำงานของสื่อโฆษณา
- 1.2.2 เพื่อศึกษาการถ่ายภาพสำหรับการถ่ายโฆษณา
- 1.2.3 เพื่อฝึกฝนและวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาด

1.3 แนวความคิด

น้ำตัมที่มีจุดขายคือดีไซน์ขวดรูปทรงที่ได้แรงบันดาลใจจากผลึกน้ำแข็งทำให้น้ำตัมแบรนด์ SPRINKLE แตกต่างจากน้ำตัมแบรนด์อื่น ๆ และคนที่ตัมน้ำไม่ว่าจะทำกิจกรรมอะไรแค่พกขวดน้ำก็ทำให้ดูดีและโดดเด่นไม่เหมือนใคร

1.4 ขอบเขตของโครงการ

- 1.4.1 อุปกรณ์กล้อง Sony A7 Mark3, Lens 28-70 mm.
- 1.4.2 ชุดภาพถ่ายโฆษณา ขนาด 16.5x23.4 นิ้ว จำนวน 14 รูป

1.5 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย

- 1.5.1 ศึกษาหาข้อมูลสินค้าที่จะนำมาถ่ายทำและสินค้าของผู้แข่งทางการตลาด
- 1.5.2 วิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด
- 1.5.3 เสนอข้อมูลและแนวความคิด
- 1.5.4 วางแผนการทำงานและเสนอการทำงาน
- 1.5.5 เตรียมความพร้อมที่จะทำงาน
- 1.5.6 เริ่มการถ่ายทำตามแผนที่กำหนด
- 1.5.7 ตรวจสอบรูปภาพและตกแต่งภาพ

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.6.1 ได้ศึกษาและเรียนรู้ขั้นตอนถ่ายภาพโฆษณา
- 1.6.2 ได้ฝึกและเรียนรู้วิธีการวิเคราะห์การตลาดอย่างละเอียด
- 1.6.3 ได้ผลงานโฆษณาแบรนด์น้ำดื่ม Spinkle

บทที่ 2

ข้อมูลในการสร้างสรรค์

2.1 ภาพถ่ายโฆษณา

การถ่ายภาพโฆษณา หมายถึง การนำเอาศิลปะร่วมกับระบบการคำธุรกิจการค้า นำเสนอ เป็นผลงานให้คนดูเพื่อสื่อความหมายให้คนได้รับรู้จากการได้เห็นภาพและทำให้คนดูรู้สึกซาบซึ้ง กับภาพที่เห็นด้วย ดังนั้นบางครั้งผู้ถ่ายภาพโฆษณาอาจจะไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ริเริ่มความคิด

ความหมายของการถ่ายภาพโฆษณา สมัยก่อนศิลปิน มักจะเขียนภาพ วาดภาพเพื่อถ่ายทอดความสวยงาม จากความรู้สึกของตนเองให้ผู้อื่นได้เห็นและรู้สึกคล้อยตามตัวเอง แต่จะอยู่ในวงจำกัดเฉพาะผู้ที่สนใจและเข้าถึง ความรู้สึกของศิลปินเท่านั้น แต่ในปัจจุบันโลกมีวิวัฒนาการขึ้น สภาพเศรษฐกิจเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ธุรกิจการ โฆษณามีบทบาทมาเกี่ยวข้องกับวงการค้าขายมากขึ้น จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการนำภาพถ่ายมาใช้เพื่องานโฆษณา เกี่ยวกับเนื้อหาของโฆษณานั้น นั่นก็คือ ภาพถ่ายจะเป็นตัวเสริม ให้ผู้ชมเกิดความอยากรู้เกี่ยวกับสินค้ามากขึ้นและ พวกเขาจะหาข้อมูลเพิ่มเติมโดยการอ่านข้อความโฆษณาในสื่อโฆษณานั้น บทบาทในการสร้างความดึงดูดใจ การ สื่อความหมายและกระตุ้นความสนใจดังกล่าว ช่างภาพจะใช้ศิลปะของการถ่ายภาพอย่างเต็มความสามารถ เพื่อ สร้างสรรค์ภาพโฆษณาแต่ละชิ้น ดึงดูดใจและกระตุ้นความสนใจด้วยความสวยงามของภาพ ความน่ารัก หรือสร้าง อารมณ์ร่วมอย่างสุนทรีย์ ซึ่งในขณะที่เดียวกันภาพนั้นจะต้องสามารถสื่อความหมายได้ตามที่เราต้องการให้ผู้ชม มองเห็น เช่น ในการโฆษณาบางครั้งตัวสินค้าหรือนายแบบอาจจะไม่สวยหรือเป็นบุคคลธรรมดา แต่ช่างภาพก็ สามารถใช้ศิลปะทำให้ภาพมีความน่าดู โดยการจัด องค์ประกอบ การใช้สี แสง ฯลฯ ภาพนั้นก็จะสามารถสื่อ ความหมายได้เช่นกัน

ความสำคัญของการถ่ายภาพโฆษณา หน้าที่หลักของภาพในงานโฆษณาคือ

1. ดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย
2. สื่อความหมายเกี่ยวกับประโยชน์หรือผลจากการใช้ผลิตภัณฑ์
3. สร้างความอยากรู้อยากเห็นของผู้อ่านต่อสิ่งโฆษณานั้น

ดังนั้น ภาพประกอบโฆษณาก็จะต้องดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมายไม่ว่าจะโดยวิธีใด ๆ ก็ตาม เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสะดุด ตาหรือหันมามองโฆษณาชิ้นนั้นก่อน เมื่อเกิดความสนใจแล้วก็จะอยาก ทราบเรื่องราวต่อไป และแน่นอนที่ภาพ โฆษณาจะต้องสื่อความหมาย หรือ “บอก” อะไรกับผู้ชม ตามที่เจ้าของสินค้ากำหนดไว้ ขณะเดียวกันภาพโฆษณา

จะกระตุ้นหรือสร้างความอยากรู้อยากเห็น ยิ่งขึ้นไปอีก และท้ายที่สุดจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ตาม เป้าหมายการโฆษณาต่อไป

การสื่อความหมายของภาพโฆษณาต่างกับการสื่อความหมายของภาพศิลปะ ตรงที่ช่างภาพ จะต้องพยายามสร้างสรรค์ให้ภาพโฆษณาที่ออกมานั้น สามารถ “บอก”อะไรกับผู้ชม และข้อมูลที่ ผู้ชมจะได้รับต้องตรงกับสิ่งที่เราหรือเจ้าของสินค้าต้องการจะบอกกับผู้ชมด้วยภาพถ่ายโฆษณาจะ เกิดจากข้อมูลที่ช่างภาพได้จากเจ้าของสินค้า ผสมผสานกับศิลปะอย่างเหมาะสมจะทำให้ภาพ ดูเด่น และสื่อความหมายกับผู้ชมซึ่งเป็นผู้บริโภคของสินค้านั้นได้อย่างสมบูรณ์คือ จะต้องสนองตอบ วัตถุประสงค์ทางการค้า และจะต้องดำรงไว้ซึ่งคุณค่าทางศิลปะอย่างดีได้ด้วย ดังนั้น ในการถ่ายภาพโฆษณา การสื่อความหมายของภาพจึงเป็นเรื่องสำคัญมาก ช่างภาพต้องศึกษารายละเอียดของสิ่งที่ต้องการอย่างดี และพยายามดึงเอาจุดเด่นของภาพนั้นออกมาให้ได้ เมื่อถ่ายภาพออกมาแล้ว ผู้ชมภาพจะต้องรู้ว่าภาพที่ถ่ายนั้นคือภาพอะไร และต้องมีความเข้าใจที่ ใกล้เคียงหรือตรงกันกับที่เราต้องการให้รู้ด้วย แต่จะผิดกันตรงที่ว่าภาพนั้นต้องแสดงเจตนารมณ์ ออกมาโดยไม่จำเป็นต้องอ่านข้อความที่กำกับไว้เสียก่อนจึงจะทำให้คนดูเข้าใจภาพนั้นได้ เช่น ถ้า เราต้องการภาพนาฬิกา แต่คนที่ดูภาพนั้นดูแล้วดูอีกไม่รู้เรื่องว่าเป็นนาฬิกา ก็แสดงว่าภาพนั้นมีได้ สื่อความหมายไปในทางที่ถูกต้อง แม้ว่าภาพนั้นจะดูสวยดีมีศิลปะอย่างไรก็ตาม แต่ถ้าภาพนาฬิกา เรือนนั้นหันไปดูที่ไรก็เข้าใจโดยง่ายว่าเป็นนาฬิกา ถือว่าเป็นการสื่อความหมายสำหรับการโฆษณาที่สมบูรณ์แล้ว จำเป็นต้องบอกคุณภาพและราคา มีข้อความกำกับไว้ด้วยว่าเป็นยี่ห้ออะไร มีคุณภาพการใช้งานอย่างไร ใครเป็นผู้ผลิตมีประโยชน์การใช้สอยอย่างไรก็จะมี การเขียนกำกับกับความนั้นไว้ เป็นการให้ข้อมูลรายละเอียดเพิ่มเติมเพื่อให้ชมภาพโฆษณานั้นรู้เรื่องเกี่ยวกับสินค้าได้มากขึ้น ถ้าภาพและข้อความนั้นเป็นสิ่งเข้าใจได้ง่ายจะถือว่าเราใช้ภาพเป็นสิ่งดึงดูดใจผู้ชมหรือกลุ่มเป้าหมายก่อนเพื่อที่จะนำพวกเขาให้เข้ามาใกล้และอ่านข้อความโฆษณาในที่สุด ตัวอย่างเช่น จะถ่ายภาพขนม 1 ชิ้น ให้ผู้ชมดูแล้วรู้สึกว่างามน่ารับประทาน ช่างภาพจะต้องใช้ศิลปะในการถ่ายภาพโดยการเน้นแสงเงา หรือสีเพื่อให้ผู้ชมรับถึงจุดเด่นของภาพขนมชิ้นนี้ การสื่อความหมายของภาพโฆษณาคือการที่ช่างภาพจะต้องพยายามถ่ายทอดเจตนารมณ์ใน การถ่ายภาพของตน ที่จะทำให้ผู้ชมภาพมีความเข้าใจตรงกันกับความหมายที่ต้องการให้ทราบ โดย การพยายามดึงจุดเด่นของภาพ หรือของสินค้าออกมาให้ชัดเจน ขณะเดียวกันก็ต้องสร้างความ ประทับใจให้กับผู้ชมด้วยการผสมผสานคุณค่าทางศิลปะ อันจะทำให้ผู้ชมเกิดความสนใจที่จะรับทราบ เกี่ยวกับโฆษณาชิ้นนั้น และเมื่อประกอบกับข้อความโฆษณาที่ระบุถึงคุณประโยชน์ และข้อมูลเพิ่มเติมอื่น ๆ แล้วผู้ชมและกลุ่มเป้าหมายก็จะเกิดความสนใจมีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเกี่ยวกับสินค้า และอาจเปลี่ยนพฤติกรรมมาใช้สินค้านั้น ๆ

ที่มา : <https://www.east.spu.ac.th/com>, 2019

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 ข้อมูล Spinkle

2.2.1 ประวัติความเป็นมา

บริษัท เอ็ม วอเตอร์ จำกัด ก่อตั้งในปี 2528 ด้วยทุนจดทะเบียน 20 ล้านบาท โรงงานตั้งอยู่บนพื้นที่ 2 ไร่ เลขที่ 1 ซอยวิภาวดีรังสิต 41 แยก 1 แขวงสนามบิน เขตดอนเมือง กรุงเทพฯ 10210 มีสำนักงานขายอยู่บน ชั้น 11 อาคารโสมเพลส ออฟฟิศบิล딩 เลขที่ 283/50 ซอยทองหล่อ 13 ถนนสุขุมวิท 55 แขวงคลองตันเหนือ เขต วัฒนา กรุงเทพฯ 10110

บริษัทฯ ได้รับการอนุมัติอย่างเป็นทางการ จากกระทรวงสาธารณสุขเพื่อผลิตและจำหน่ายน้ำดื่มตรา “สปริงเคิล” โดยได้รับเลขทะเบียนอาหารที่ 10-1-22829-1-0003 และได้รับการรับรองจากสถาบันชั้นนำ อาทิ

- GMP เลขที่ 1-4-15-05-14-00039 จากสำนักงานอาหารและยา
- มอก. 257-2549 จากกระทรวงอุตสาหกรรม
- เครื่องหมายรับรองฮาลาล กอท.ฮล. B556/2553
- ISO 9001:2008 จากสถาบัน BVC ว่าด้วยเรื่องระบบการจัดการด้านคุณภาพ Certificate Number : TH 004411
- HACCP จากสถาบัน BVC, Certificate Number : TH 004807H Version 01
- GMP จากสถาบัน BVC, Certificate Number : TH 004807G Version 01

การรับรองของสถาบันที่มีชื่อเสียง เมื่อผสมผสานกับคุณภาพของน้ำดื่มสปริงเคิลที่ผู้บริโภคสัมผัสได้จริงจนเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางว่า น้ำดื่มสปริงเคิลเป็นน้ำดื่มที่ สะอาดมาก มีบริการที่ดี และจำหน่ายในราคาที่ย่อมเยาว์ น้ำดื่มสปริงเคิลมีกำลังการผลิตต่อปี 100 ล้านลิตร ส่งผลให้บริษัทฯ เป็นหนึ่งในผู้ผลิตน้ำดื่มรายใหญ่ของ ประเทศที่ประสบความสำเร็จอย่างสูง

บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยนำระบบคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีมาใช้อย่างเต็มที่ เพื่อคุณภาพและประสิทธิภาพสูงสุดในการผลิตและ การบริการอันหมายถึงประโยชน์สูงสุดของลูกค้า น้ำดื่มสปริงเคิล

ที่มา : https://www.sprinkle-th.com/company_profile.php

2.2.2 วิสัยทัศน์

ดีไซเนอร์ที่ดีจะเป็น asset ของแบรนด์ สมมติทำโฆษณาออกไป แบรนด์คู่แข่งก็ทำโฆษณาได้ แต่พอเราทำ ดีไซเนอร์ที่ดี คนมีภาพจำว่านี่คือแบรนด์เราแล้ว ไม่ว่าจะใครจะลอกเลียนหรือทำงานออกแบบอื่น ๆ ขึ้นมาบ้างเขาจะไม่สามารถลบภาพจำของผู้บริโภคได้ว่า Sprinkle stands for creativity”

ที่มา : www.forbesthailand.com/people-detail.php?did=2517

2.2.3 แหล่งผลิต

ก่อนจะเป็นน้ำดื่มสปริงเคิลในแก้วที่คุณดื่ม น้ำนี้มีแหล่งที่มาจากน้ำประปา ซึ่งต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพทุกวัน โดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายควบคุมคุณภาพของบริษัทฯ และส่งไป ตรวจสอบยังหน่วยราชการอย่างสม่ำเสมอ

น้ำที่ผ่านการตรวจสอบจะถูกนำเข้าสู่กระบวนการผลิตที่ทันสมัย ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงทุกขั้นตอนทำให้คุณภาพของน้ำสะอาดผ่านมาตรฐาน การผลิตน้ำของโรงงาน ซึ่งใช้ความละเอียดถึง 4 ขั้นตอน

ขั้นที่ 1 กรองด้วยระบบ Ultra Filtration เพื่อกรองฝุ่นตะกอนที่มีขนาดใหญ่กว่า 0.01 ไมครอน และสามารถกรองยีสต์ รา จุลินทรีย์ บางส่วนที่หลงเหลือจากกระบวนการกรอง

ขั้นที่ 2 กรองด้วย ระบบ Reverse Osmosis เพื่อกรองแพคทีเรีย ยีสต์ รา ไวรัส จุลินทรีย์ โลหะหนัก สารอนินทรีย์ที่เป็นพิษ

ขั้นที่ 3 ผ่านแสงอุลตราไวโอเล็ต (UV) เพื่อฆ่าเชื้ออีกครั้งก่อนบรรจุ

ขั้นที่ 4 เติมโอโซน เพื่อฆ่าจุลินทรีย์ที่หลงเหลืออยู่ในน้ำ อีกครั้งก่อนบรรจุส่งตรวจทุก 2 ชม.

ทุกขั้นตอนการผลิต จนมั่นใจว่าสะอาดจริง

ส่วนเรื่องคุณภาพของท่อ เรื่องของสารกรองระบบท่อ และขบวนการผลิต จัดโปรแกรมทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ สามารถตรวจซ้ำได้ จากผลการ Swab Test เชื้อจุลินทรีย์และยังนำระบบ Cleaning in Place ที่ใช้ในอุตสาหกรรมการผลิตยามาใช้ทำความสะอาดท่อภายในโรงงาน

ที่มา : <https://sprinkle-th.com/production.php>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.4 สินค้า



ภาพที่ 1-3 ตัวอย่างสินค้า

ภาพที่ 1 น้ำดื่มสปริงเคิล 18.9 ลิตร พร้อมส่งความสดชื่นให้สมาชิกในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล โดยไม่คิดค่าจัดส่ง กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ สำนักงาน อาคารสำนักงาน คอนโดมิเนียมพักอาศัย อพาร์ทเมนท์ หมู่บ้านจัดสรร โรงงานอุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล
ที่มา : <https://www.sprinkle-th.com/18.9L.php>

ภาพที่ 2 น้ำดื่มขวด PET ขวดที่ได้รับรางวัลการออกแบบบรรจุภัณฑ์จากสถาบันการออกแบบชั้นนำของโลก เช่น Red Dot Award 2014 : Best of the best packaging design, iF Design Award 2014, Good Design Award 2013, DEmark Design Excellent Award 2013 ซึ่งทำให้น้ำดื่มสปริงเคิลเป็นน้ำดื่มที่มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่นและสวยงาม เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
ที่มา : <https://www.sprinkle-th.com/550cc.php>

ภาพที่ 3 น้ำดื่มขวด PET unlimited inspiration เริ่มจากไอเดียที่ต้องการแก้ปัญหาความใสของขวดสปริงเคิลรูปแบบเดิมที่ดูสวยงามก็จริง แต่ด้วยความใสทั้งขวด ทำให้ไม่โดดเด่นเวลาที่อยู่บนชั้นวางในตู้แช่ และแนวความคิดการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่จดจำในมุมมองของความคิดสร้างสรรค์และแรงบันดาลใจที่ “สปริงเคิล” ต้องการให้แก่ผู้บริโภค จึงใช้รูปทรงเดิมมีจำนวนทั้งหมด 32 สี มีทั้งหมด 5 SET แบ่งเป็น ART 14 สี JAPANESE AUTUMN 5 สี BLISSFULSUMMER 6 สี BLOSSOM ME 5 สี BLACK & WHITE 2 สี
ที่มา : <https://www.marketingoops.com/news/brand-move/sprinkle-unlimited-inspiration/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 คู่แข่งทางการตลาด

2.3.1 Crystal

คริสตัล พิธีพิถันทุกชั้นตอน ก่อนถึงมือคุณ เพราะเราเชื่อว่า..น้ำดื่มที่ดี เป็นส่วนหนึ่งของคุณภาพชีวิตที่ดี กว่าจะได้ น้ำดื่มคริสตัลแต่ละหยด เราจึงพิถีพิถันในทุกชั้นตอน ที่ละเอียดอ่อนทั้งกระบวนการผลิต บรรจุกวบรวมถึงการ รักษาสิ่งแวดล้อมการันตีด้วย NSF อเมริกาและอีกหลากหลายการรับรองจนเป็นน้ำดื่มอันดับ 1 ที่ครองใจคนไทย มั่นใจได้ในความใสสะอาดบริสุทธิ์

บริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน) เริ่มดำเนินธุรกิจน้ำอวดลมเมื่อปี 2496 และมีบทบาทสำคัญในการ วางรากฐานอุตสาหกรรมน้ำอวดลมในประเทศไทยมากกว่า 6 ทศวรรษ ตลอดจนเป็นตำนานผู้สร้างแบรนด์ระดับโลก ให้ครองความเป็นผู้นำในตลาดเมืองไทย นอกจากนี้ เสริมสุขได้ขยายธุรกิจสู่การผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มไม่อวด ลมชั้นนำมากมาย อาทิ น้ำดื่มคริสตัล เครื่องดื่มเกลือแร่ และชาพร้อมดื่มโออิชิ และก้าวเป็นบริษัทเครื่องดื่มไร้ แอลกอฮอล์ครบวงจรรายแรกของประเทศ

ต่อมาบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ โลจิสติกส์ จำกัด ได้เข้ามาถือหุ้นใหญ่ในบริษัทฯ และผนึกกรมเป็น 1 ใน 5 บริษัท หลักในกลุ่มบริษัทไทยเบฟในปี 2555 จากนั้นเสริมสุขจึงได้มีการเปลี่ยนทิศทางการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ตลอดจนภาพลักษณ์และวัฒนธรรมองค์กรให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดและความต้องการของ ผู้บริโภคในปีเดียวกัน ปัจจุบัน เสริมสุขดำเนินการผลิตและจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มคุณภาพภายใต้กลุ่มธุรกิจ หลัก 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มน้ำอวดลม เป็นกลุ่มธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดของบริษัทฯ กลุ่มน้ำดื่ม กลุ่มเครื่องดื่มไม่อวดลม และ กลุ่มการจัดจำหน่าย

ที่มา : <http://www.sermsukplc.com/th/about/page/history>

2.3.2 Nestle pure life

เนสท์เล่ เพียวไลฟ์ ทุกหยดผ่านกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานของเนสท์เล่ ซึ่งได้รับการควบคุมคุณภาพในทุกขั้นตอน เพื่อให้ได้น้ำดื่มสะอาดที่ คุณภาพดี เหมาะสำหรับทุกคนในครอบครัว

ความเป็นมาของเนสท์เล่ในประเทศไทย ได้เริ่มขึ้นมาตั้งแต่ปีพ.ศ. 2436 ดังปรากฏหลักฐานเป็นภาพโฆษณา ชั้นแรกของนมข้นหวานตรา “หม่อมทูนหัว” ลงในหนังสือพิมพ์บางกอกไทมส์ ฉบับประจำวันที่ 18 ตุลาคม พ.ศ. 2436 จากนั้นธุรกิจประสบความสำเร็จด้วยดีโดยการนำผลิตภัณฑ์หลายชนิดเข้ามา จาก ต่างประเทศ และในปี พ.ศ. 2490 ได้มีการจัดตั้งบริษัท “โปรเนสสยาม อินค์” จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของ เนสท์เล่ ต่อมาในปี พ.ศ. 2511 ผลิตภัณฑ์เนสท์เล่ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางและมีความต้องการ ผลิตภัณฑ์เนสท์เล่ ในเมืองไทยเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ประกอบกับภาวะการลงทุนที่เอื้ออำนวย เนสท์เล่จึงได้ สร้างโรงงานผลิตขึ้น ซึ่งนับว่าเป็นก้าวแรกของการสร้างฐานการผลิตในประเทศไทย

ปัจจุบัน กลุ่มเนสท์เล่ ประเทศไทย มีโรงงานผลิต 7 แห่ง มีพนักงาน 2,800 คน ทำการผลิตและจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มประเภทต่างๆ ทั่วประเทศภายใต้เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียง เช่น เนสท์เล่ตราหมี่ เนสกาแฟ เนสท์เล่คอฟฟี่เมต เนสท์เล่ไมโล เนสท์เล่เพียวไลฟ์ เนสวิต้า เนสท์เล่ไอศกรีม และเนสท์เล่เพียวริน่า ผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงของเนสท์เล่เหล่านี้เป็นที่รู้จักกันดี และได้รับการยอมรับ จากผู้บริโภคอย่างแพร่หลาย
ที่มา : <https://www.nestle.co.th/th/aboutus/history>

2.3.3 Singha

น้ำดื่มสะอาด น้ำดื่มตราสิงห์

บริษัท สิงห์ คอร์เปอเรชั่น จำกัด เป็นบริษัทในเครือที่สำคัญของ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2544 เพื่อบริหารการดำเนินงานของบริษัทในเครือบุญรอดกว่า 50 บริษัท และรายงานต่อที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด บริษัท บุญรอด บริวเวอรี่ จำกัด ได้จัดการเปลี่ยนแปลงบริษัทครั้งใหญ่เมื่อปี 2543 และได้ก่อตั้ง บริษัท สิงห์ คอร์เปอเรชั่น จำกัด ขึ้นในปีต่อมา โดยบริษัท บุญรอดฯ ปรับสภาพเป็นบริษัทโฮลดิ้ง มอบหมายให้การดำเนินธุรกิจประจำวันอยู่ภายใต้การดำเนินการของแต่ละบริษัท โดยรับนโยบายจาก สิงห์ คอร์เปอเรชั่น เป็นผลให้มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ขยายธุรกิจไปในด้านอาหาร บรรจุภัณฑ์ อสังหาริมทรัพย์ และอื่นๆ

ที่มา : <http://boonrawd.agelusinteractive.com/singha-corporation/th/singha-about-company-profile.php>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 วิเคราะห์ SWOT

	S จุดแข็ง	W จุดด้อย	O โอกาส	T อุปสรรค
Sprinkle	-Design บรรจุภัณฑ์ที่ดูทันสมัย -ราคาถูก -โรงงานมาตรฐานการผลิตสูงสุดระบบควบคุมคุณภาพระดับโลก -ความสะอาดที่ได้มาตรฐานISO 9001:2008 GMP HACCP	-เป็นแบรนด์น้ำดื่มที่เพิ่งเริ่มตีตลาดขวดPET -ไม่มีโปรโมชัน -เป็นที่รู้จักน้อยสินค้าเข้าถึงได้ยาก	-ตลาดน้ำดื่มโต10%ทุก ๆ ปี -Designเริ่มเป็นที่สนใจมากขึ้น -ผู้คนเริ่มสนใจดื่มน้ำเปล่าเพื่อสุขภาพ	-การแข่งขันทางการตลาดสูง -แบรนด์อื่นอยู่ในตลาดมานานจึงทำให้เป็นที่รู้จักและพูดถึงมากกว่า -ทุนโฆษณาของแบรนด์ใหญ่ที่มีมากกว่า -มีทางเลือกอื่น ๆ นอกจากน้ำเปล่า
crystal	-เป็นเจ้าของแรกที่ได้รับมาตรฐาน NSF -เป็นผู้นำตลาดน้ำดื่ม -หาซื้อได้ง่ายมีการกระจายสินค้าได้ทั่วถึง	-Design เดิมไม่น่าสนใจ	-ตลาดน้ำดื่มโต10%ทุก ๆ ปี -ผู้คนเริ่มสนใจดื่มน้ำเปล่าเพื่อสุขภาพ -ร่วมโปรโมชันกับร้านสะดวกซื้อ	-การแข่งขันทางการตลาดสูง -มีทางเลือกอื่น ๆ นอกจากน้ำเปล่า
Nestle	-เป็นแบรนด์ระดับโลกที่เป็นที่รู้จักมายาวนาน -มีเครือข่ายร้านค้าจำนวนมาก - มี Line Product ที่เข้มแข็ง	-ตัวสินค้ามีรูปลักษณ์ที่ล้ำสมัย	-ตลาดน้ำดื่มโต10%ทุก ๆ ปี -ผู้คนเริ่มสนใจดื่มน้ำเปล่าเพื่อสุขภาพ -ร่วมโปรโมชันกับร้านสะดวกซื้อ	-การแข่งขันทางการตลาดสูง -มีทางเลือกอื่น ๆ นอกจากน้ำเปล่า
Singha	-ภาพจำน้ำดื่มสะอาด -มีทุนผลิตสูง -มีคุณภาพเทียบเท่าน้ำแร่ -มีจำหน่ายทั่วถึง	-มีรสชาติที่เด่นทำให้บางคนไม่ชอบ -ปริมาณไม่คุ้มราคา	-ตลาดน้ำดื่มโต10%ทุก ๆ ปี -ผู้คนเริ่มสนใจดื่มน้ำเปล่าเพื่อสุขภาพ -ร่วมโปรโมชันกับร้านสะดวกซื้อ	-การแข่งขันทางการตลาดสูง -มีทางเลือกอื่น ๆ นอกจากน้ำเปล่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5 วิเคราะห์ภาพถ่ายโฆษณาของ Sprinkle

โฆษณาของ Sprinkle ที่พูดถึงความแตกต่าง ความสร้างสรรค์ แรงบันดาลใจที่ออกมาเพื่อผู้บริโภค เน้นขายบรรจุภัณฑ์เป็นหลัก

2.5.1 ตัวอย่างภาพโฆษณา



ภาพที่ 4-11 ภาพตัวอย่างโฆษณาของสปริงเคิล

ที่มา : <https://web.facebook.com/pg/SprinkleDrinkingWater/photos>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

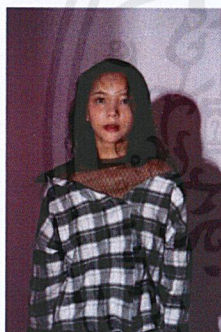
ขั้นตอนการสร้างสรรค์ผลงาน

3.1 ขั้นตอนการวางแผนงาน

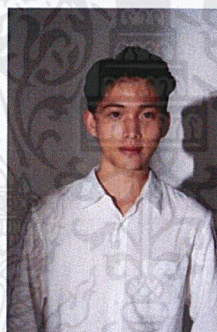
เริ่มจากหาข้อมูลวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและแนวความคิดของแบรนด์เพื่อปรับปรุงและพัฒนาทำให้ผลงานตรงกับแนวความคิดต่าง ๆ เริ่มประสานงานเตรียมทีมงานในการทำงานแต่ละหน้าที่และจัดตารางเวลาเพื่อให้ทุกคนได้เข้าใจและทำเวลาตามที่กำหนดไว้ ติดต่อกานางแบบและนายแบบที่ตรงตามกำหนดไว้ จัดเตรียมอุปกรณ์การถ่ายภาพและอุปกรณ์ประกอบฉากต่าง ๆ ซึ่งข้าพเจ้าเป็นจัดเตรียมเองทั้งหมดจึงทำให้เป็นขั้นตอนที่ล่าช้าและไม่พร้อมที่สุด หากภาพอ้างอิงเรื่องของทางแสงที่ใช้อารมณ์และการแต่งตัวของแบบเพื่อให้สะดวกกับการทำงานหน้ากองมากขึ้น

3.2 ขั้นตอนการทำงาน

3.2.1 นางแบบและนายแบบ



มายด์
สูง 169 นิ้วหนัก 52
อก 34 เอว 24



โต
สูง 170 นิ้วหนัก 55
เอว 31 ร่องเท้า 41

ภาพที่ 12-13 ภาพนางแบบและนายแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.2 สินค้าที่นำมาใช้

ขวดน้ำดื่ม Sprinkle แคมเปญ Unlimited inspiration



ภาพที่ 14-19 ภาพขวดน้ำ Sprinkle campaign Unlimited inspiration

ที่มา : <https://web.facebook.com/pg/SprinkleDrinkingWater/photos>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขวดน้ำดื่มใสที่ขายทั่วไป



ภาพที่ 20 ภาพขวดน้ำ Sprinkle

ที่มา : <https://ifworlddesignguide.com/entry/126229-sprinkle-drinking-water>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 ขั้นตอนการทำงานชุดที่1

3.3.1 แบบร่าง



ภาพที่ 21 ภาพร่างชุดที่ 1 รูปที่ 1



ภาพที่ 22 ภาพร่างชุดที่ 1 รูปที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 23 ภาพร่างชุดที่ 1 รูปที่ 3



ภาพที่ 24 ภาพร่างชุดที่ 1 รูปที่ 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



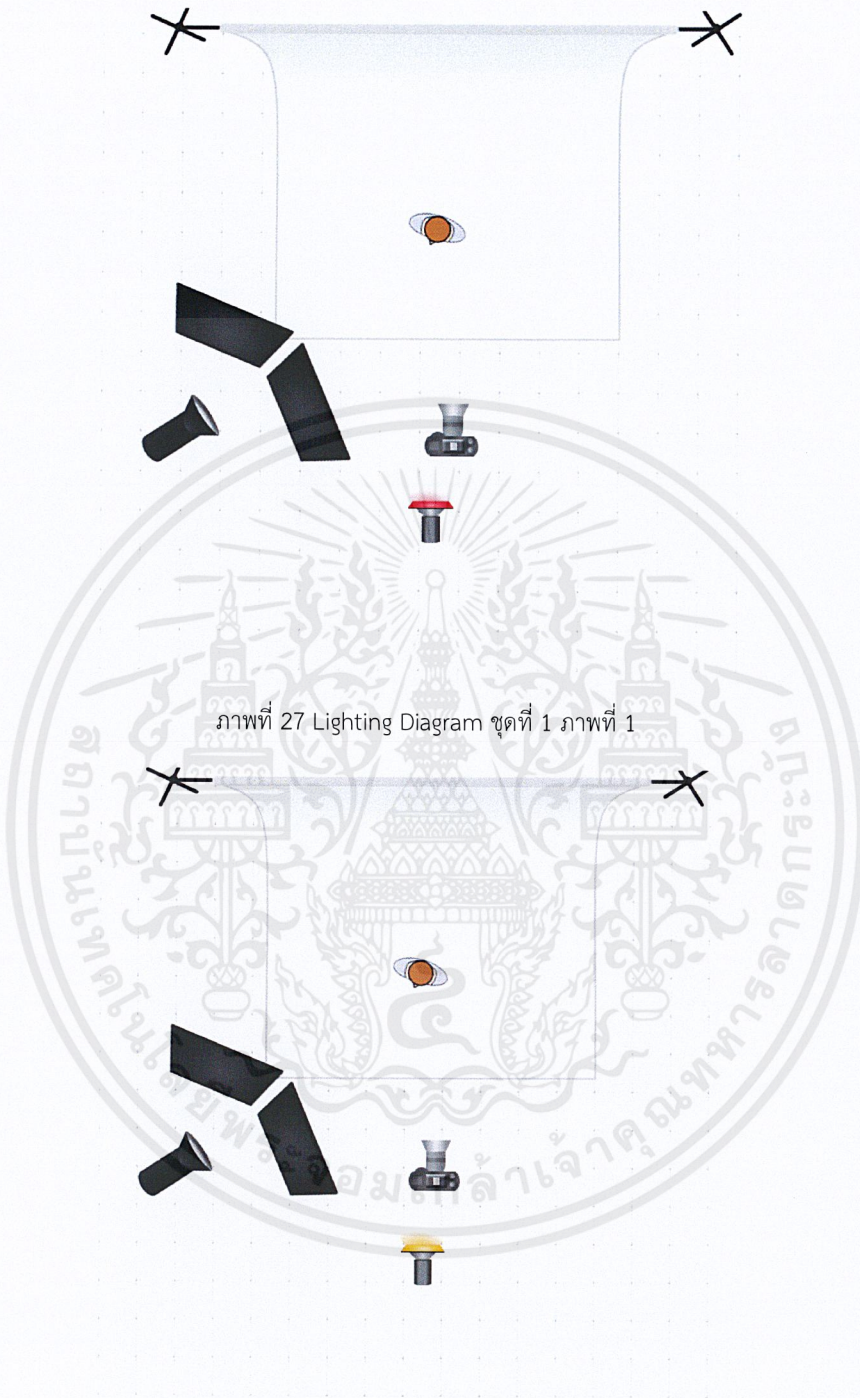
ภาพที่ 25 ภาพร่างชุดที่ 1 รูปที่ 5



ภาพที่ 26 ภาพร่างชุดที่ 1 รูปที่ 6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.2 Lighting Diagram



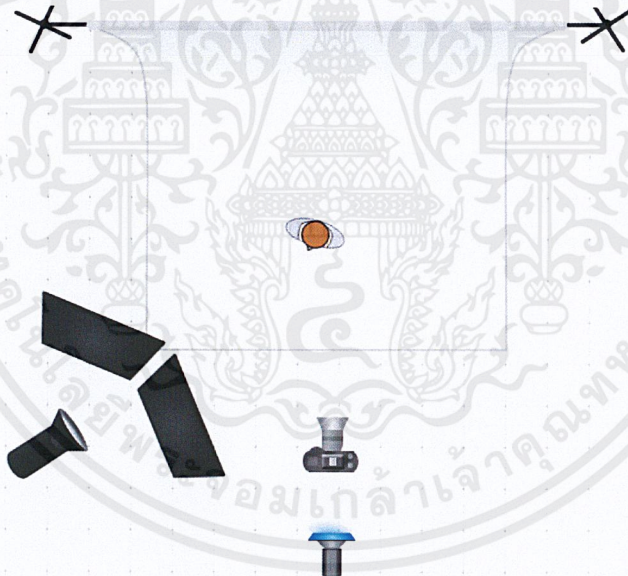
ภาพที่ 27 Lighting Diagram ชุดที่ 1 ภาพที่ 1

ภาพที่ 28 Lighting Diagram ชุดที่ 1 ภาพที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

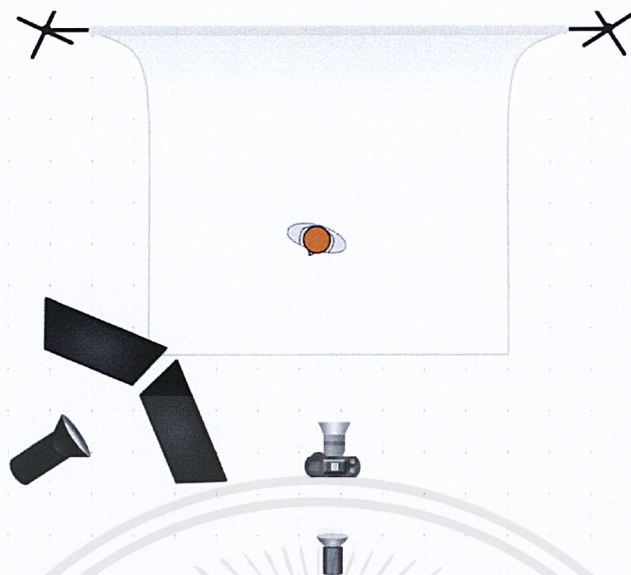


ภาพที่ 29 Lighting Diagram ชุดที่ 1 ภาพที่ 3

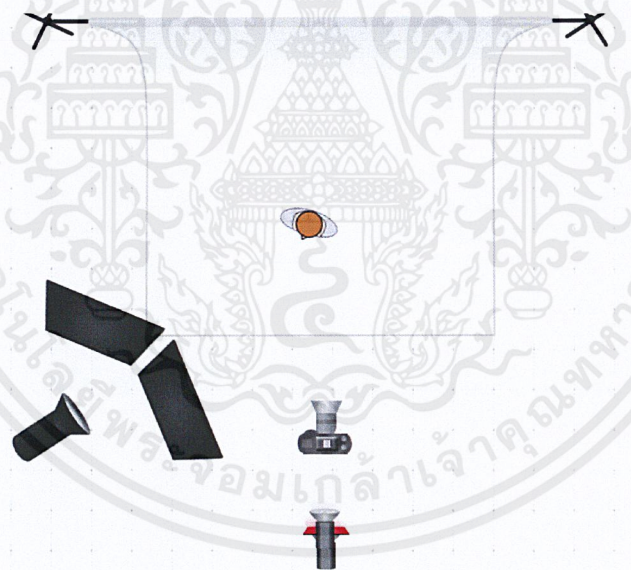


ภาพที่ 30 Lighting Diagram ชุดที่ 1 ภาพที่ 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 31 Lighting Diagram ชุดที่ 1 ภาพที่ 5

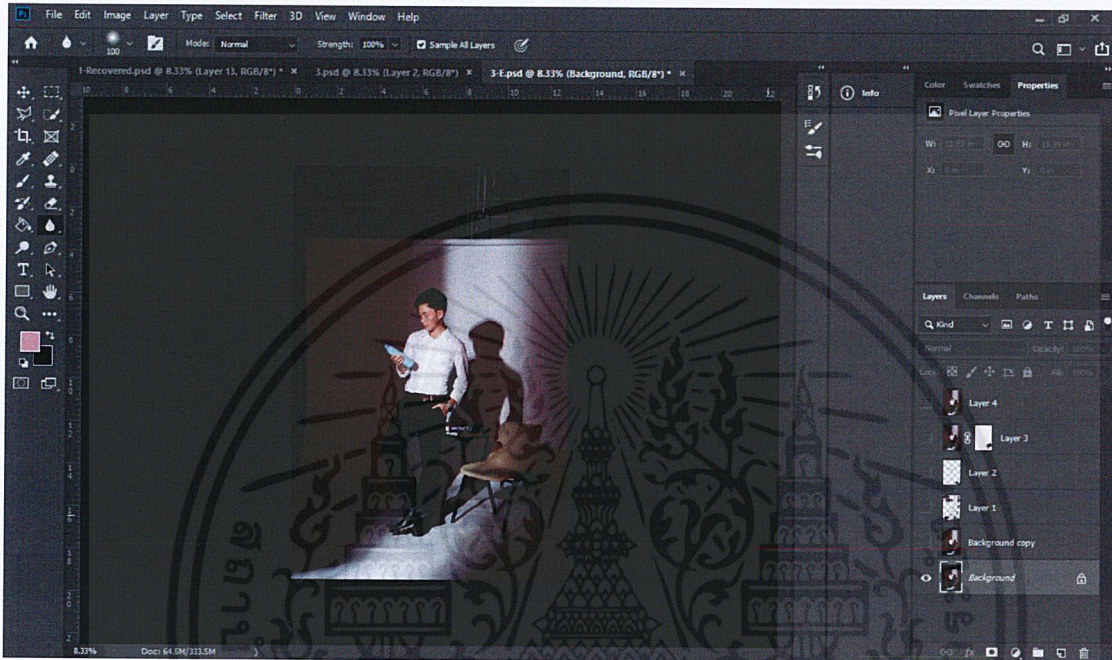


ภาพที่ 32 Lighting Diagram ชุดที่ 1 ภาพที่ 6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

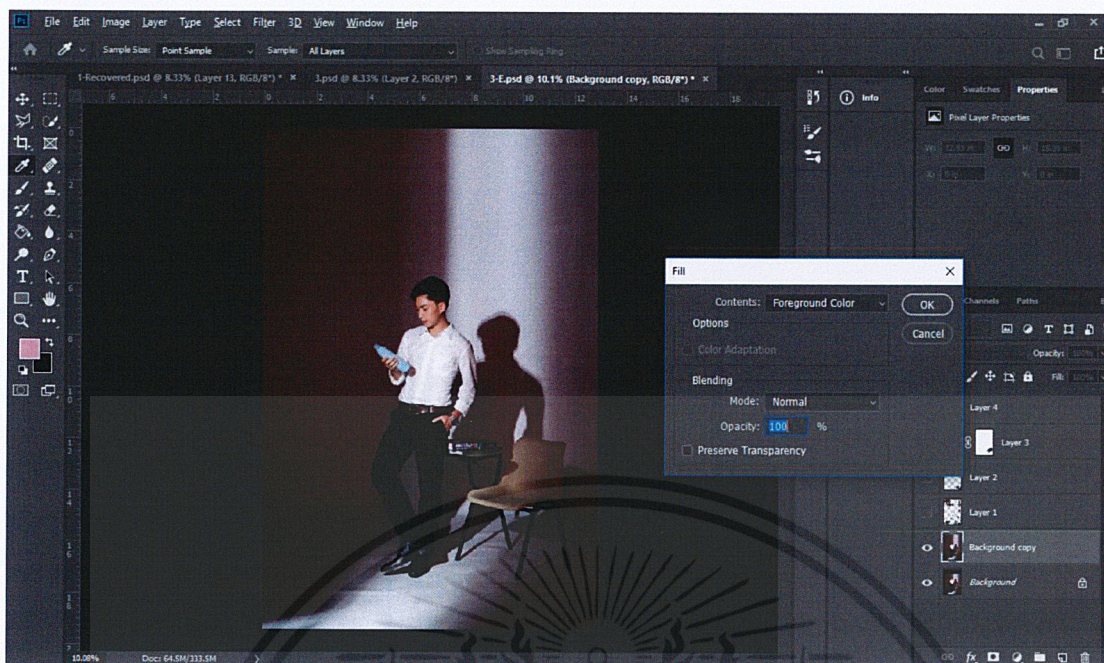
3.3.3 ขั้นตอนการตกแต่งภาพหลังการสร้างสรรค์ ชุดที่1

การตกแต่งภาพนั้นเลือกภาพที่ดีที่สุดตกแต่งแสงสีที่มีตเกินไปและจุดที่สว่างเกินไปในโปรแกรม Capture one และตกแต่งจุดบกพร่องด้วยโปรแกรม Photoshop ในการยืดพื้นที่ฉากตกแต่งพื้นผิวฉาก ผิวหน้าแล้วลำตัวของคน



ภาพที่ 33 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

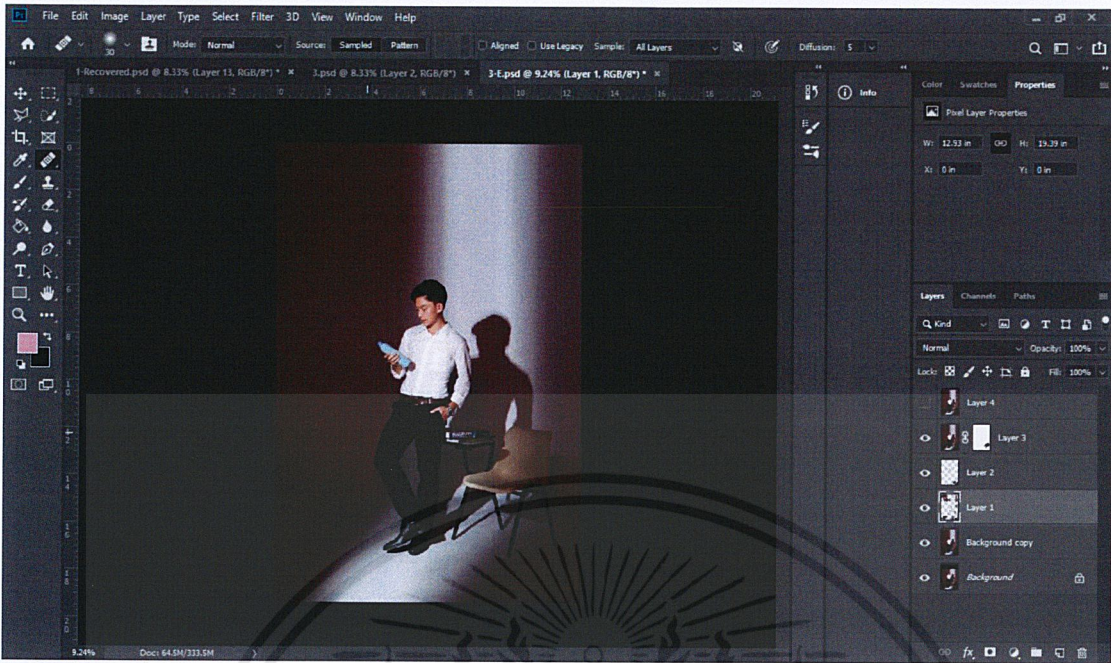


ภาพที่ 34 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 1

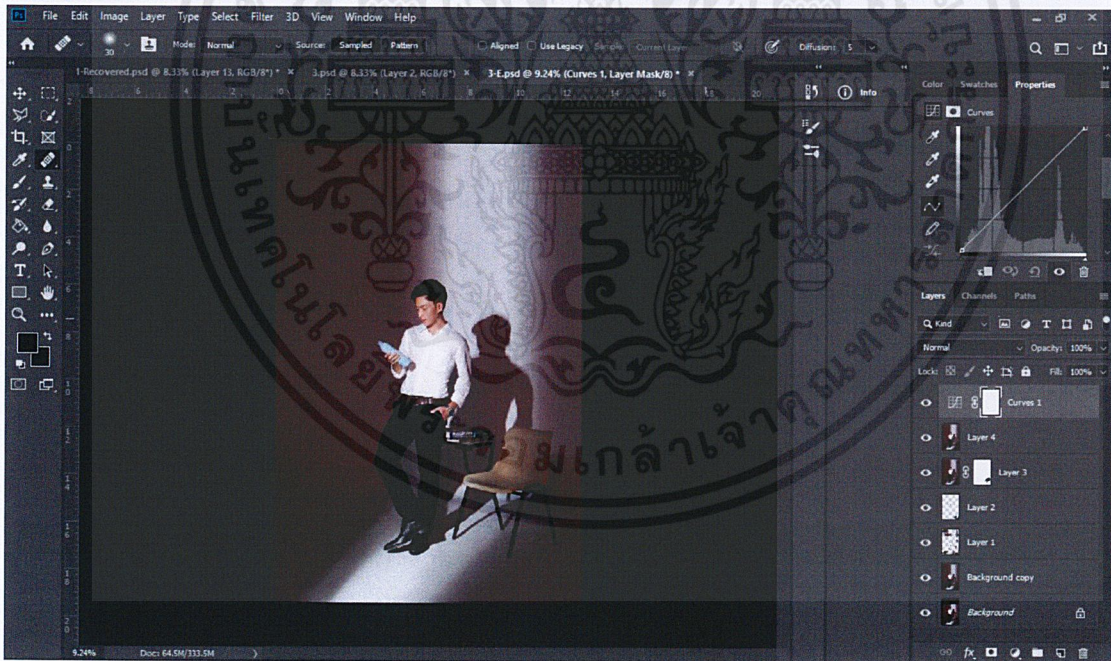


ภาพที่ 35 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 36 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 1

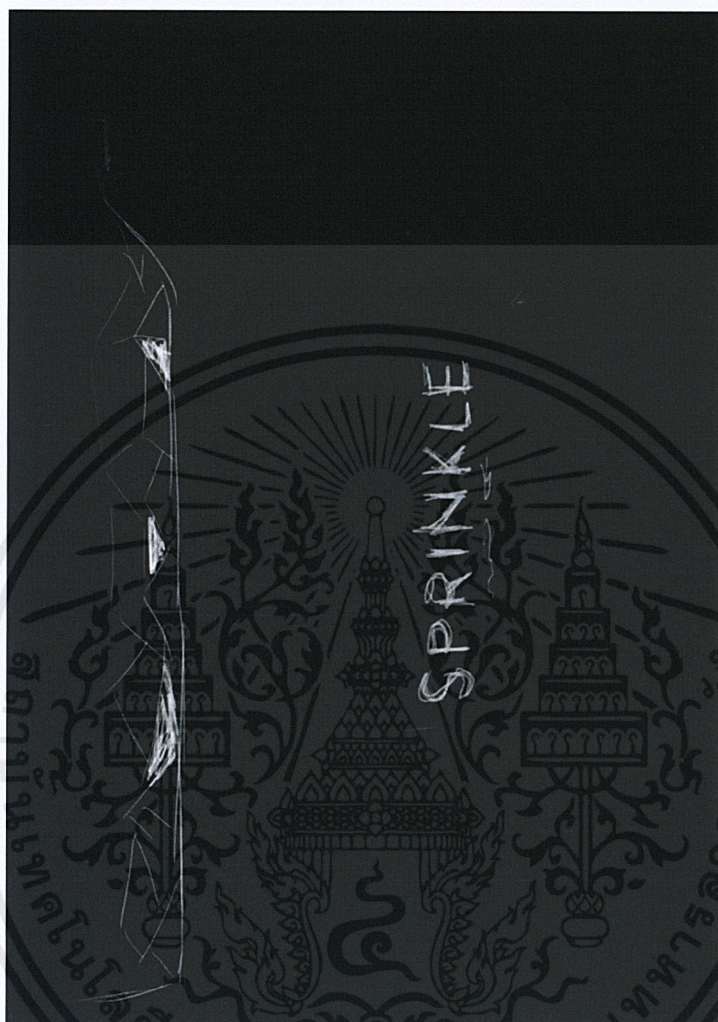


ภาพที่ 37 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

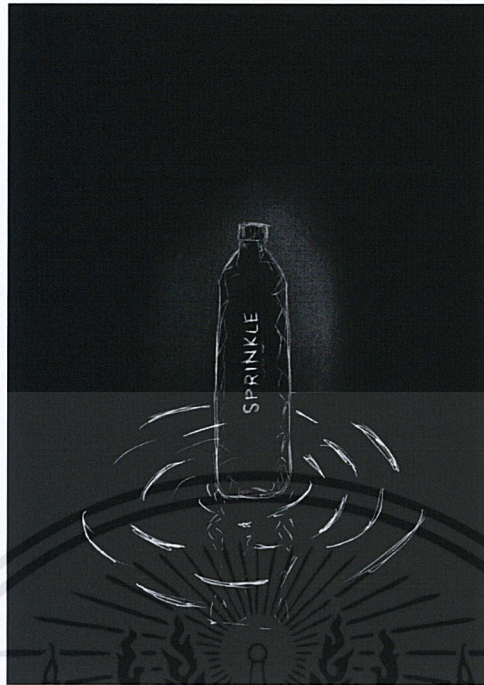
3.4 ขั้นตอนการทำงานชุดที่2

3.4.1 แบบร่างชุดที่2

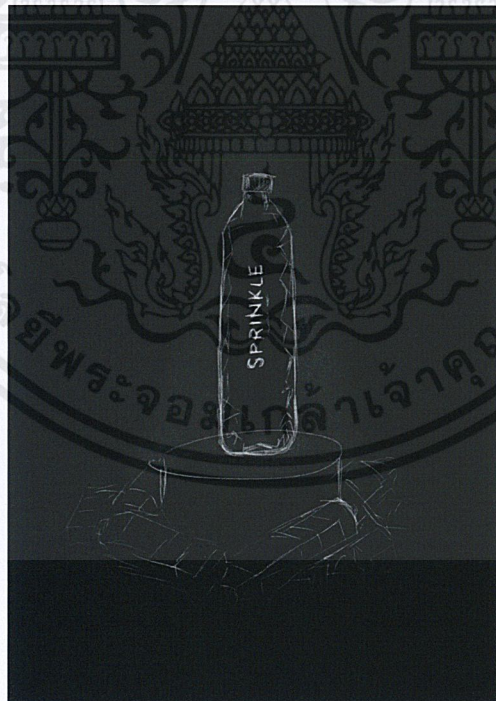


ภาพที่ 38 ภาพร่างชุดที่ 2 รูปที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

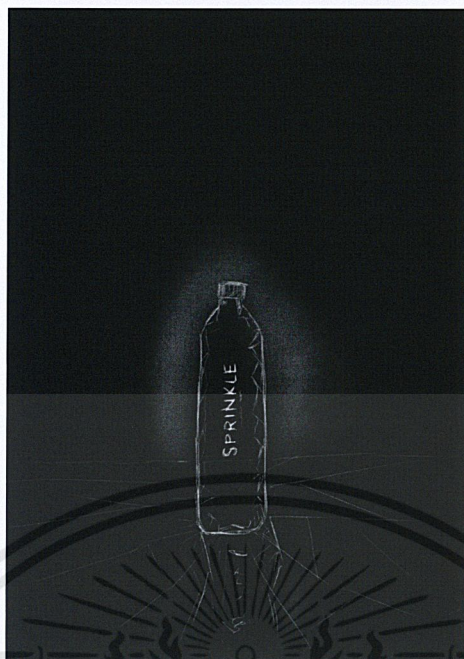


ภาพที่ 39 ภาพร่างชุดที่ 2 รูปที่ 2

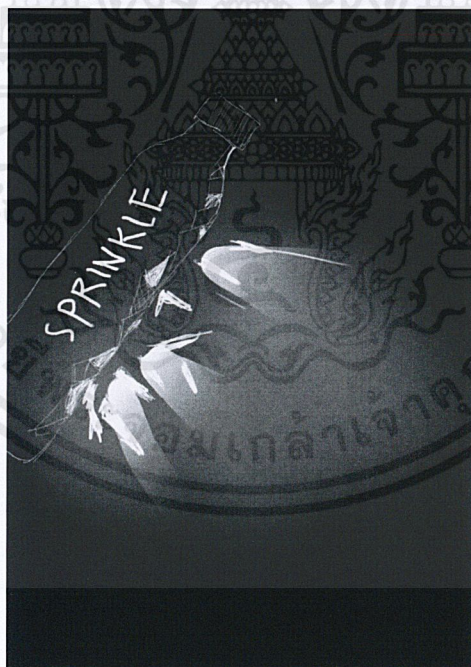


ภาพที่ 40 ภาพร่างชุดที่ 2 รูปที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

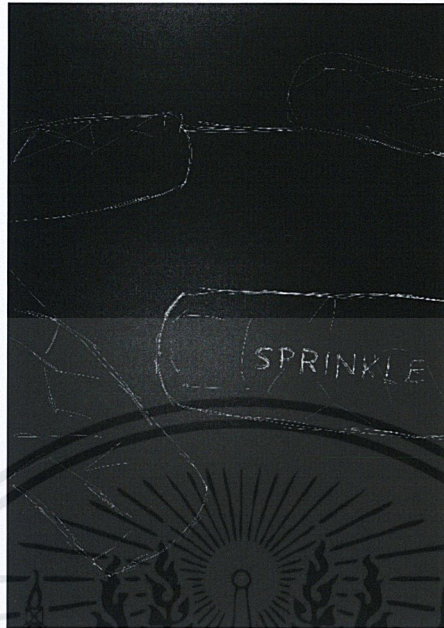


ภาพที่ 41 ภาพร่างชุดที่ 2 รูปที่ 4



ภาพที่ 42 ภาพร่างชุดที่ 2 รูปที่ 5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

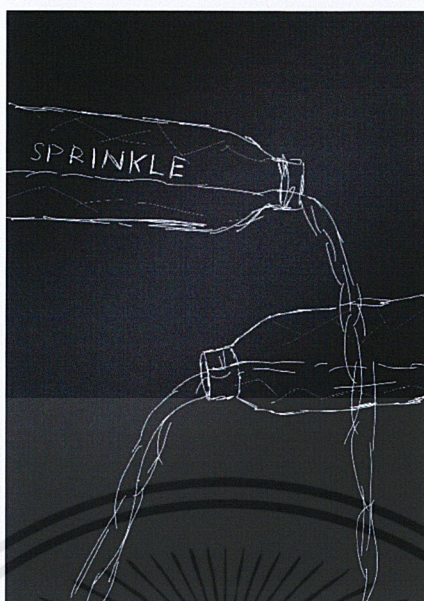


ภาพที่ 43 ภาพร่างชุดที่ 2 รูปที่ 6



ภาพที่ 44 ภาพร่างชุดที่ 2 รูปที่ 7

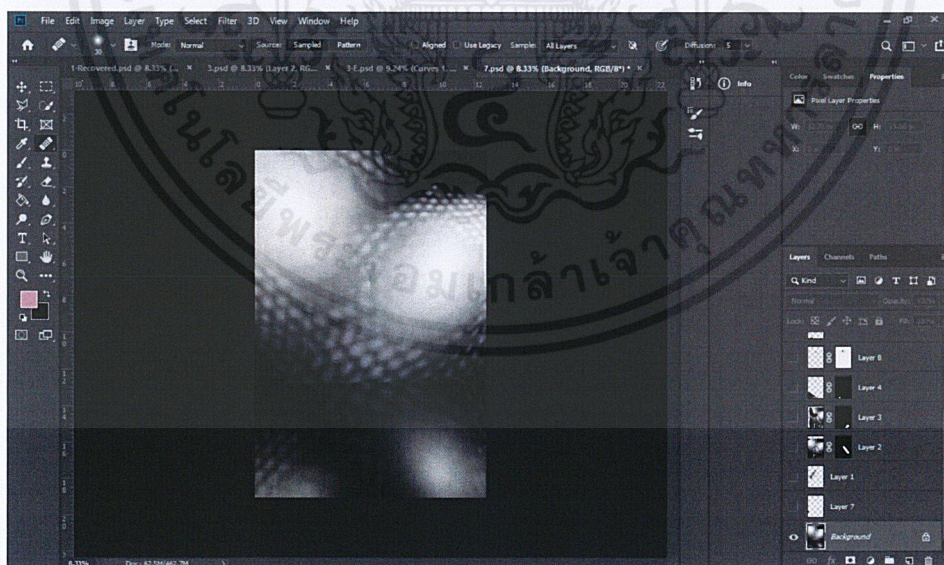
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 45 ภาพร่างชุดที่ 2 รูปที่ 8

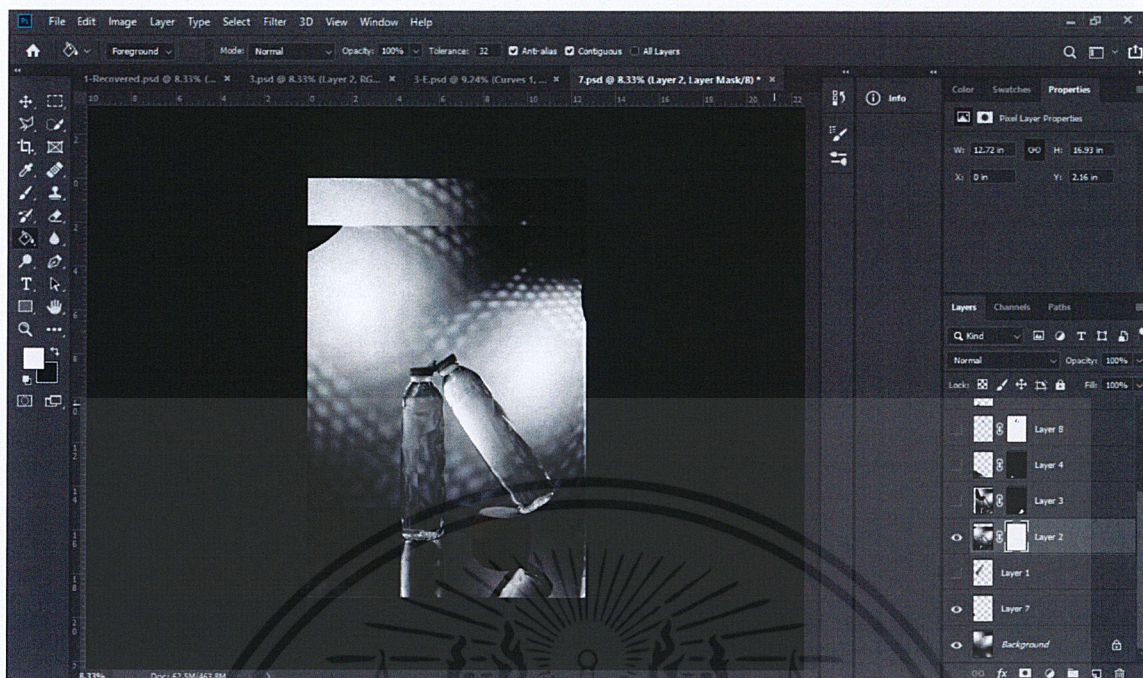
3.4.2 ขั้นตอนการตกแต่งภาพหลังการสร้างสรรค์ ชุดที่ 2

ชุดภาพใช้การประกอบหลายภาพเข้าด้วยกัน โดยเริ่มจากถ่ายฉาก ถ่ายสินค้า และนำมารวมกัน เก็บรอยของขอบ และแสงต่าง ๆ เพื่อลบจุดบกพร่องสุดท้ายตกแต่งสีภาพให้เหมือนกันทุกภาพ



ภาพที่ 46 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

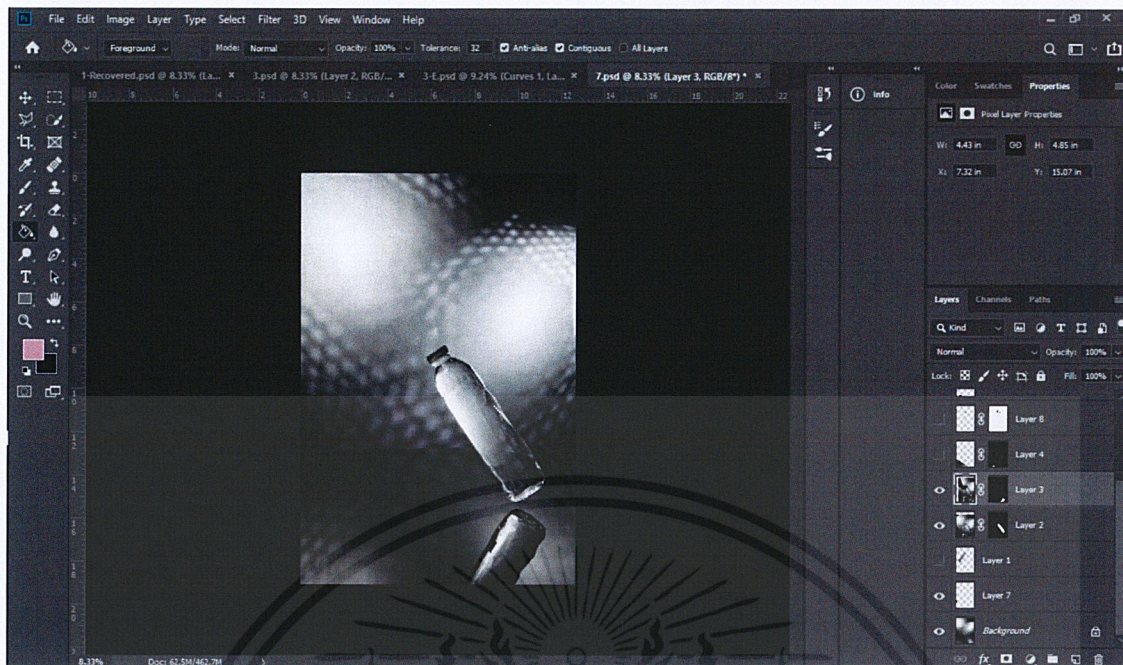


ภาพที่ 47 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 2



ภาพที่ 48 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

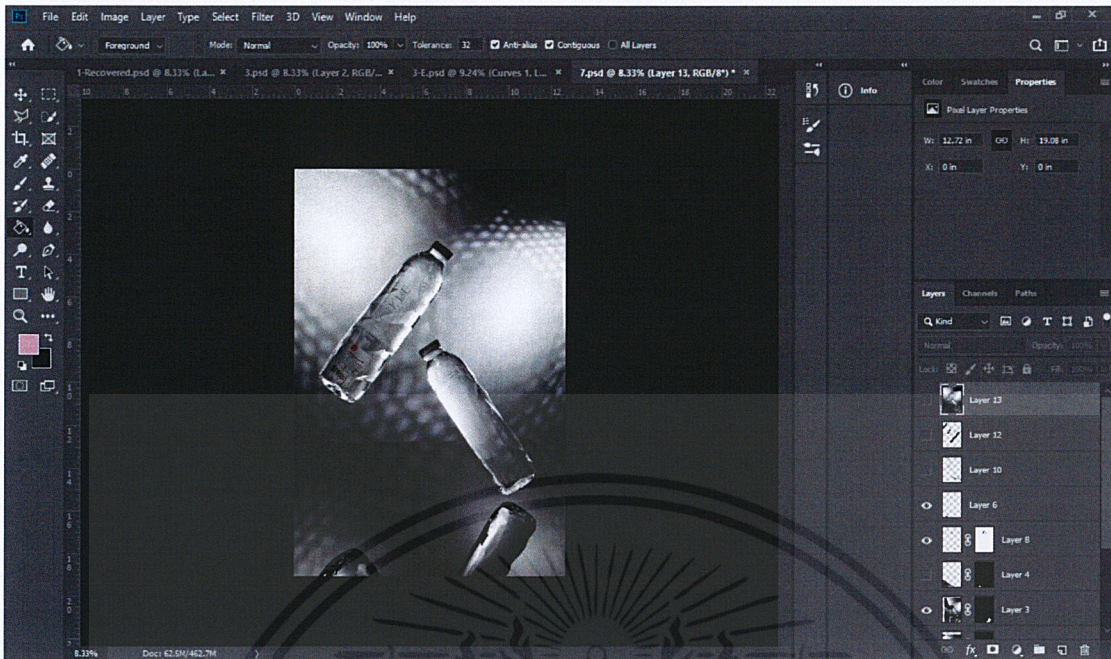


ภาพที่ 49 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 2



ภาพที่ 50 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 51 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 2

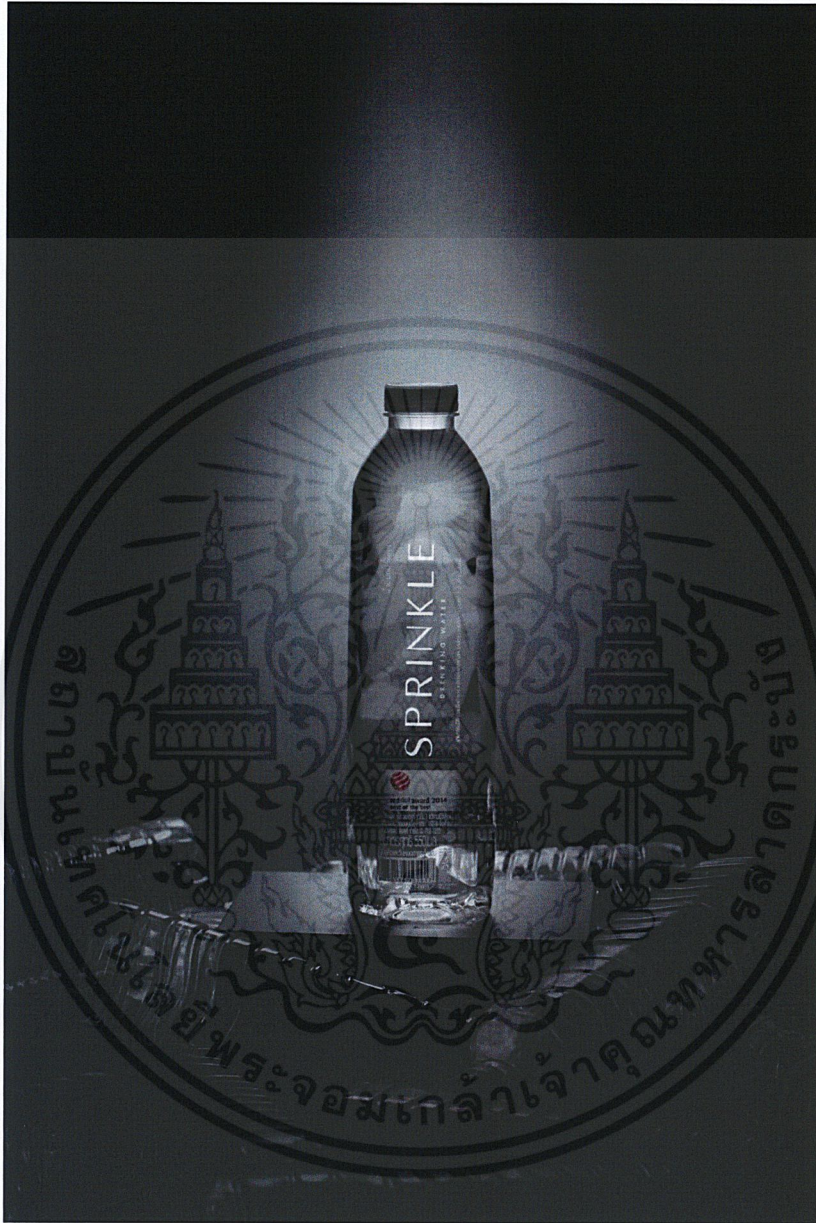


ภาพที่ 52 ขั้นตอนการตกแต่งภาพชุดที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลงานจริง



ภาพที่ 53 ภาพผลงานรุ่น Spinkle ที่สมบูรณ์ ภาพที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



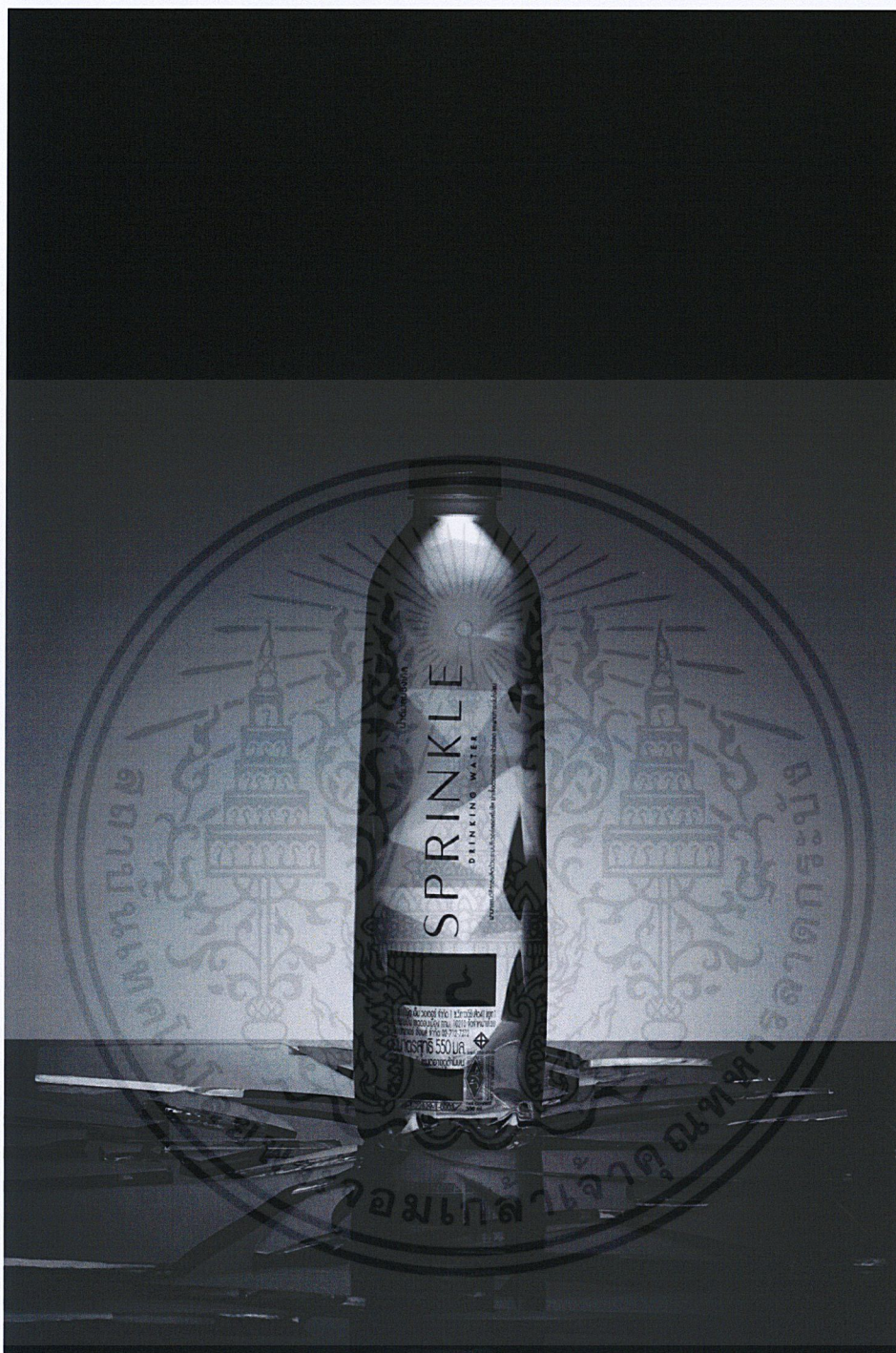
ภาพที่ 54 ภาพผลงานรุ่น Spinkle ที่สมบูรณ์ ภาพที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



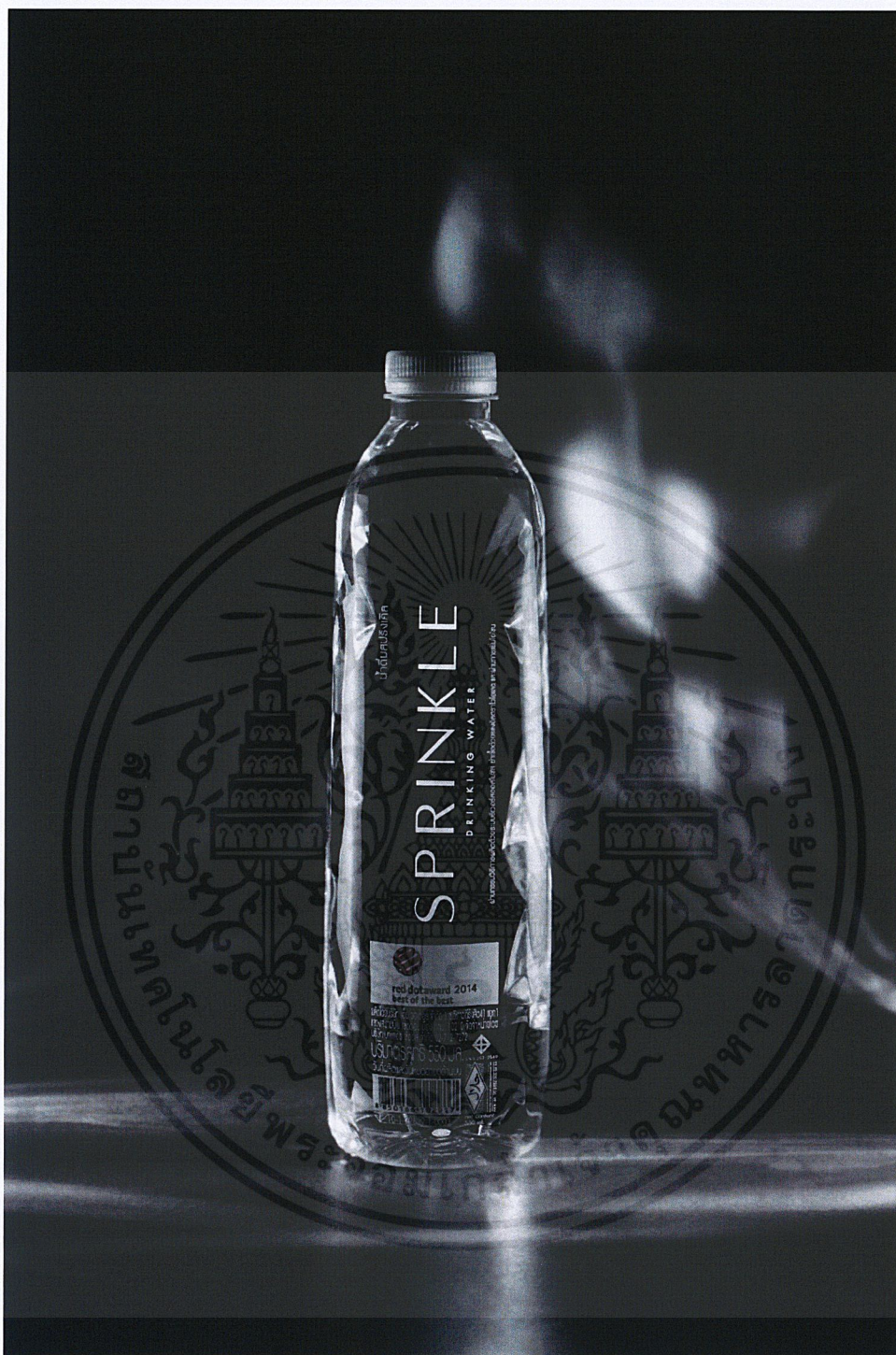
ภาพที่ 55 ภาพผลงานรุ่น Sprinkle ที่สมบูรณ์ ภาพที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 56 ภาพผลงานรุ่น Spinkle ที่สมบูรณ์ ภาพที่ 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 57 ภาพผลงานรุ่น Spinkle ที่สมบูรณ์ ภาพที่ 5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



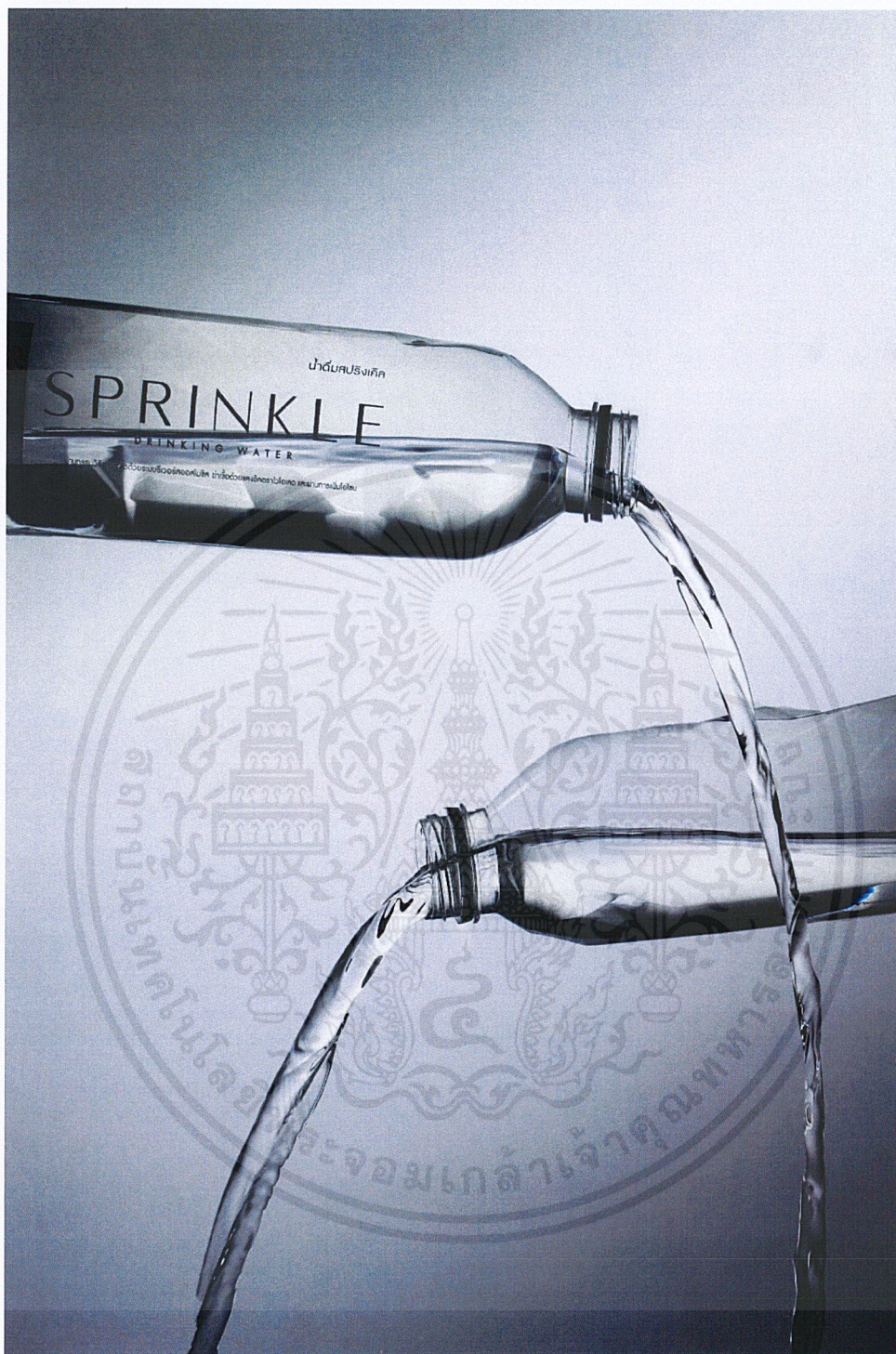
ภาพที่ 58 ภาพผลงานรุ่น Spinkle ที่สมบูรณ์ ภาพที่ 6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



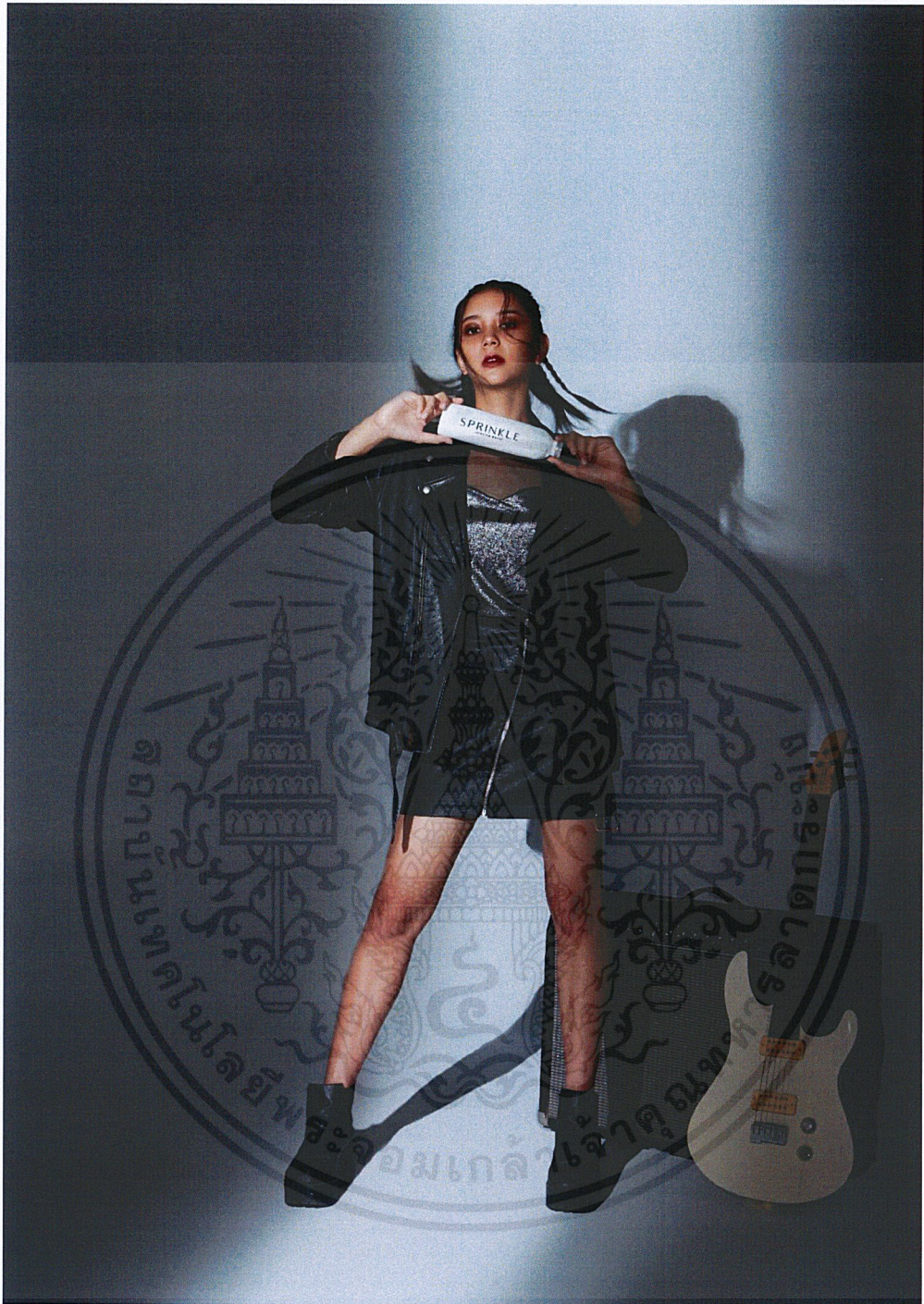
ภาพที่ 59 ภาพผลงานรุ่น Sprinkle ที่สมบูรณ์ ภาพที่ 7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



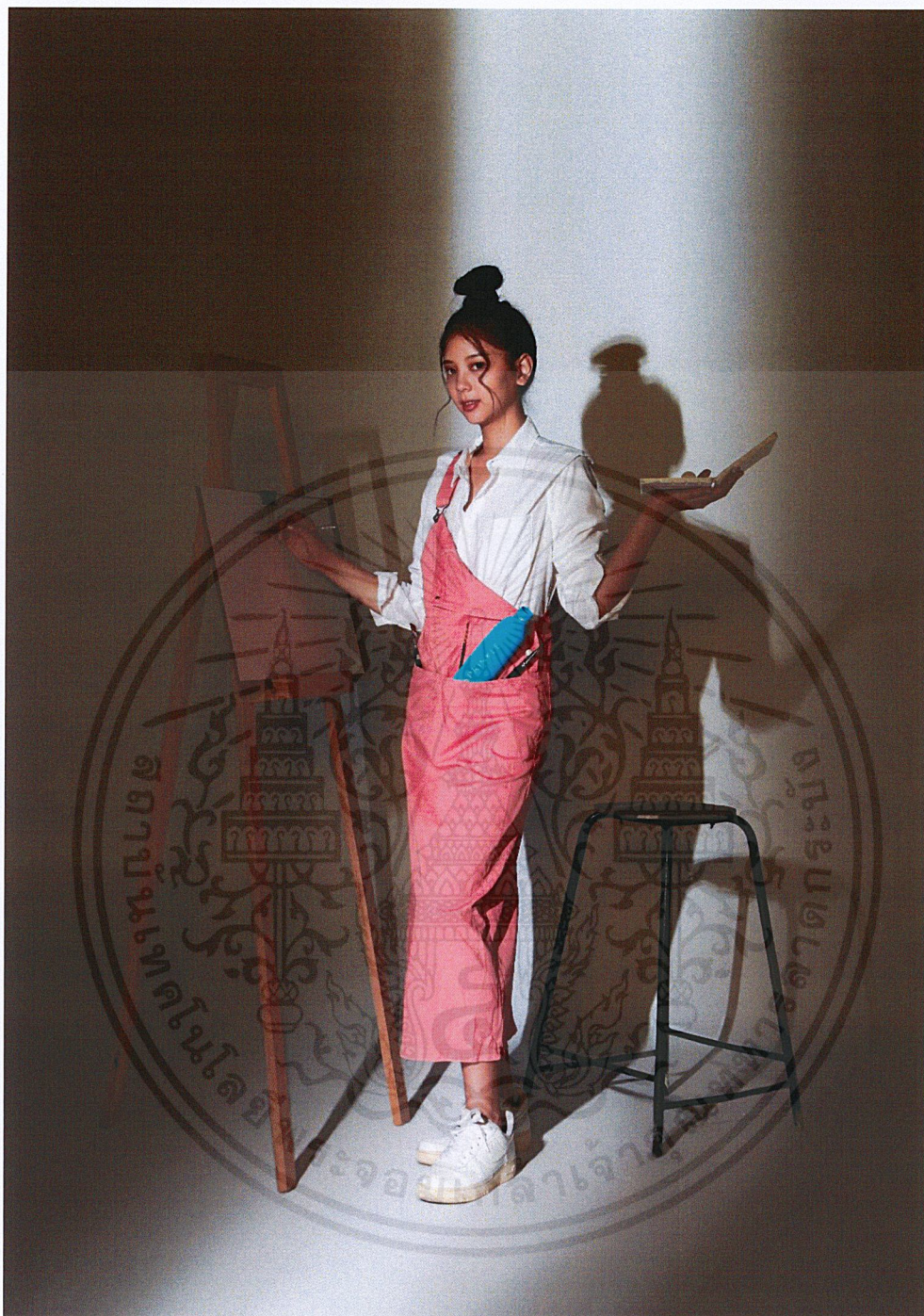
ภาพที่ 60 ภาพผลงานรุ่น Spinkle ที่สมบูรณ์ ภาพที่ 8

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



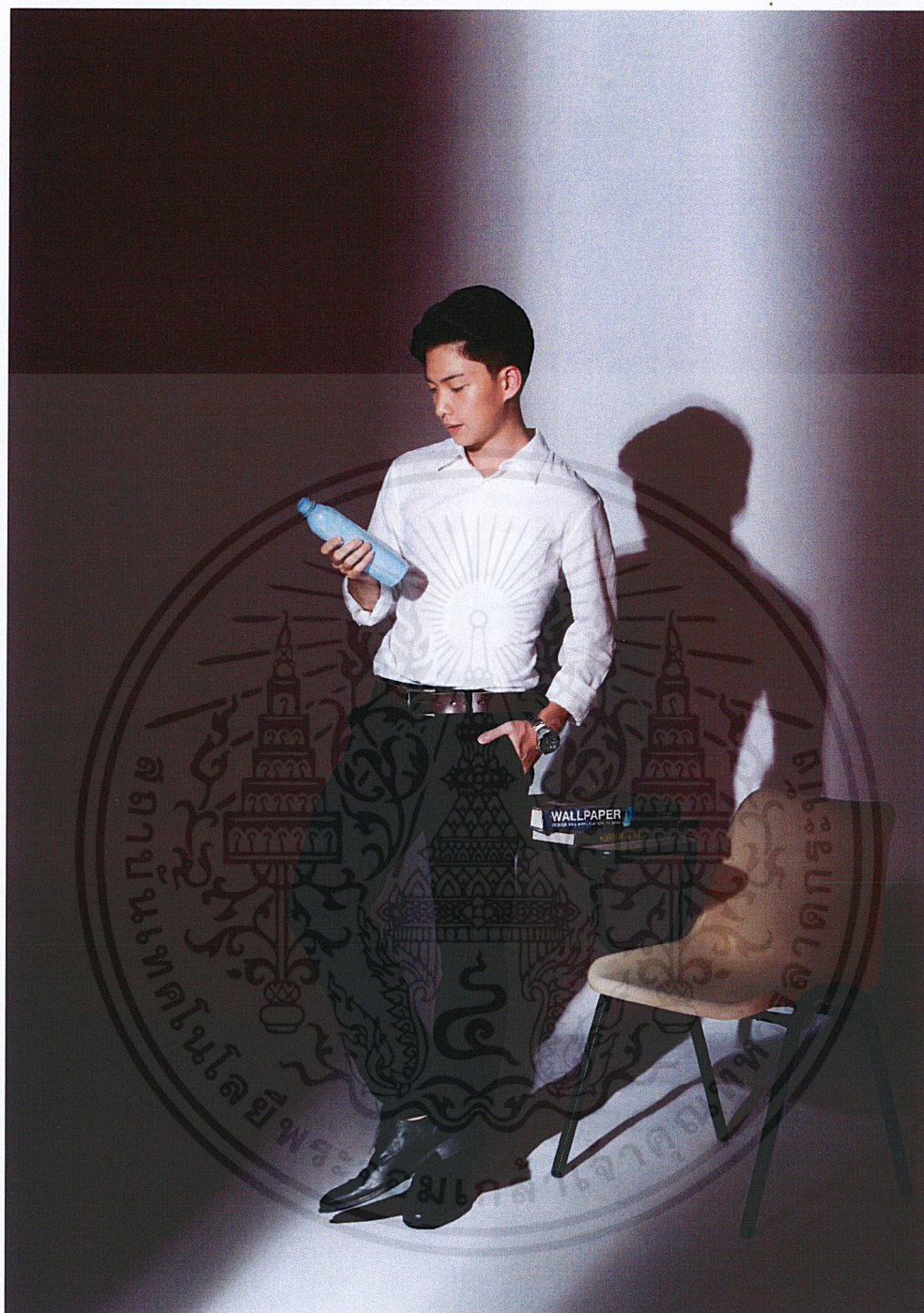
ภาพที่ 61 ภาพผลงานรุ่น Spinkle ที่สมบูรณ์ ภาพที่ 9

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



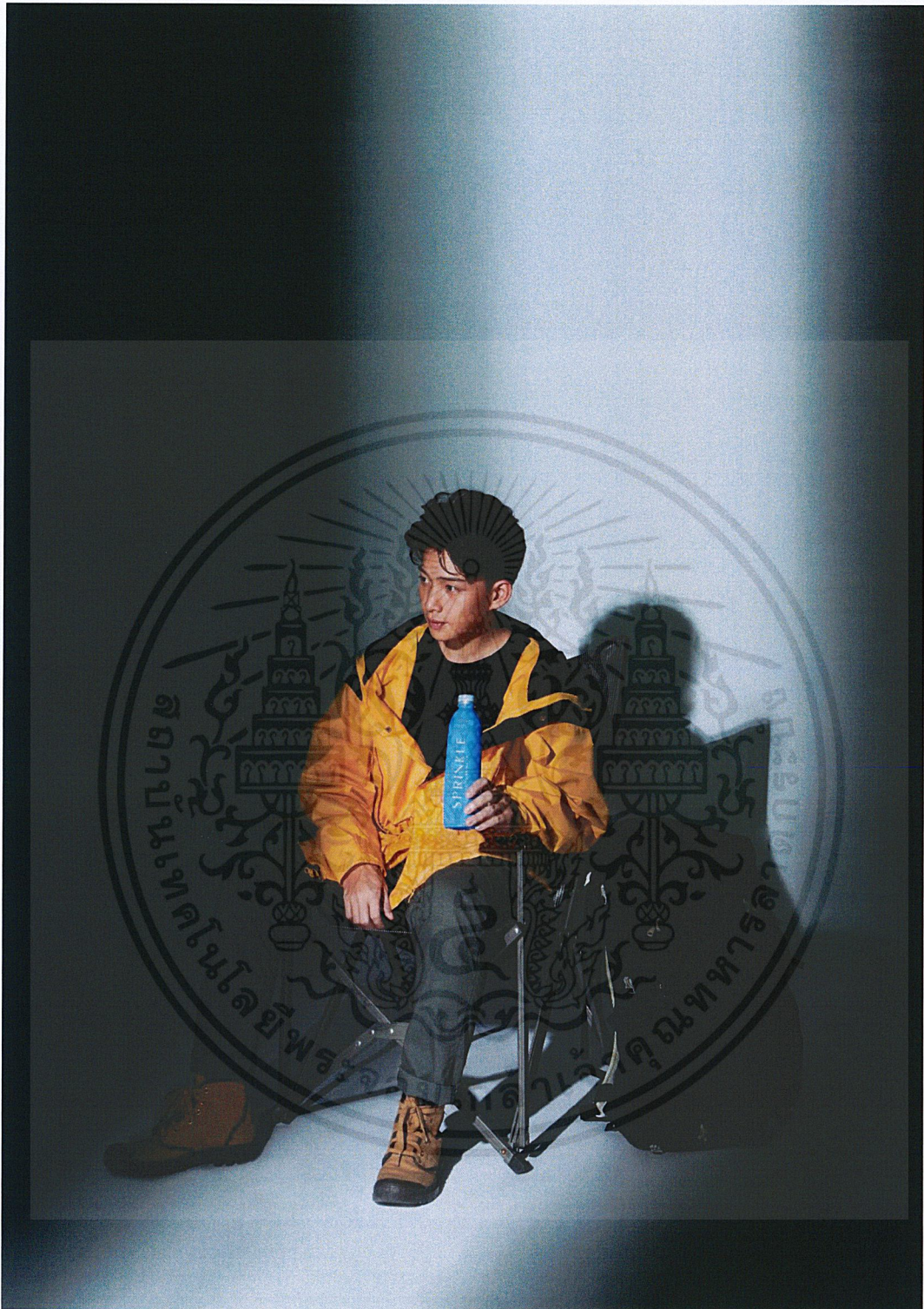
ภาพที่ 62 ภาพผลงานรุ่น Spinkle ที่สมบูรณ์ ภาพที่ 10

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



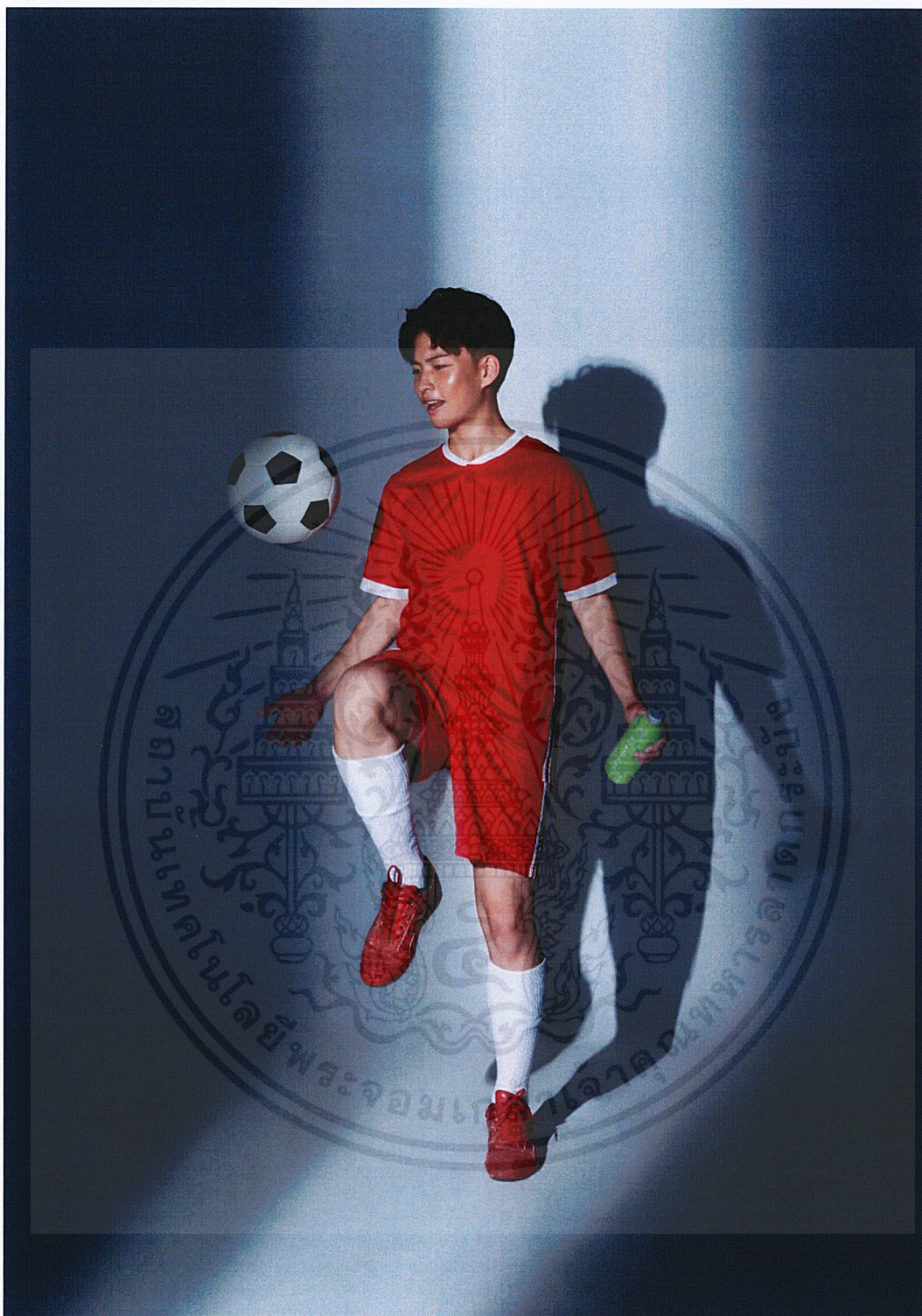
ภาพที่ 63 ภาพผลงานรุ่น Spinkle ที่สมบูรณ์ ภาพที่ 11

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



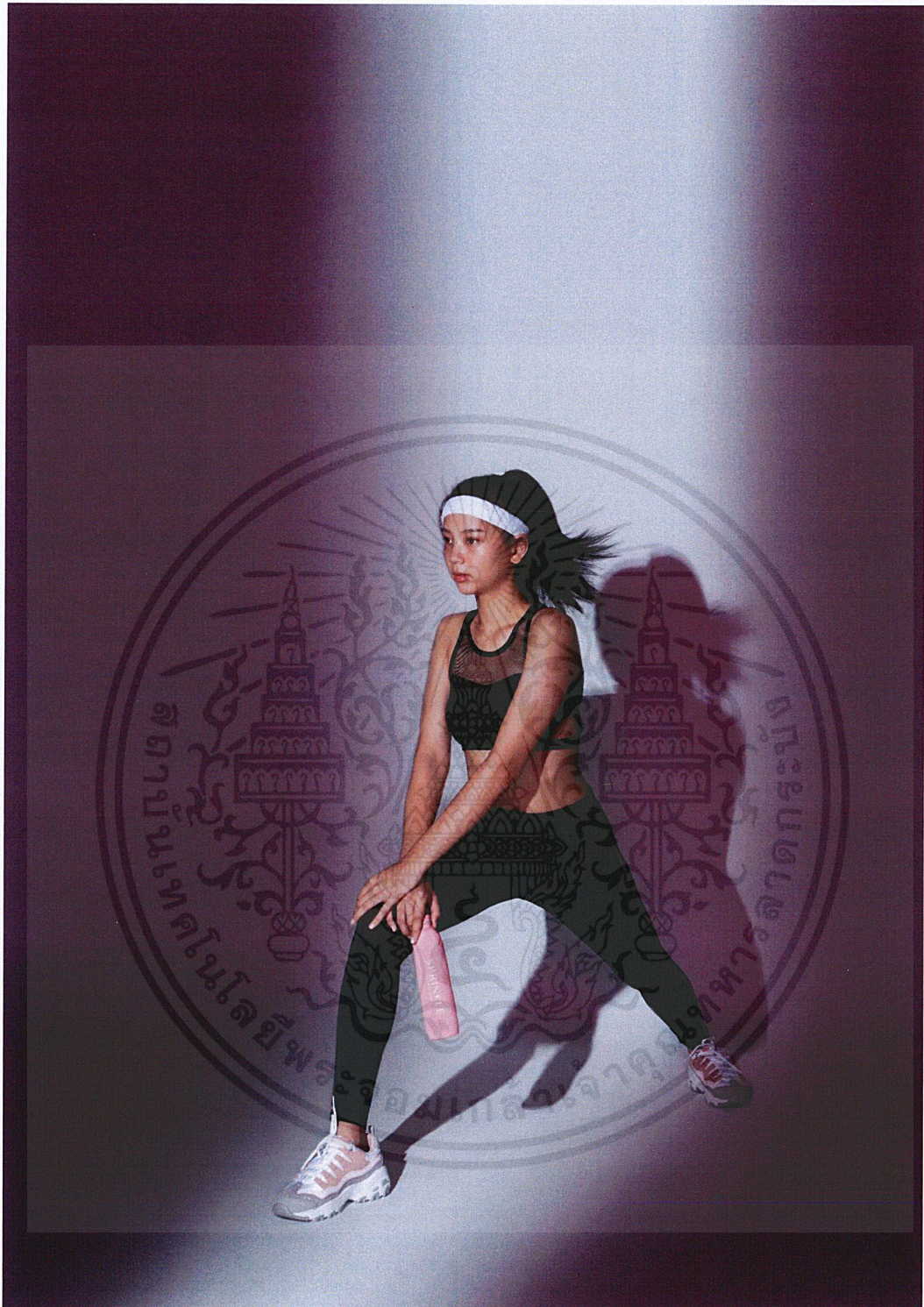
ภาพที่ 64 ภาพผลงานรุ่น Spinkle ที่สมบูรณ์ ภาพที่ 12

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 65 ภาพผลงานรุ่น Spinkle ที่สมบูร์ณ ภาพที่ 13

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 66 ภาพผลงานรุ่น Spinkle ที่สมบูรณ์ ภาพที่ 14

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการทำงาน

ผลการทำงานที่ออกมาเป็นไปตามที่คาดไว้และพึงพอใจในศิลปนิพนธ์ชุดนี้ การทำงานตรงตามแผนที่วางไว้ ภาพได้ทดลองการทำงานที่ไม่เคยทำซึ่งทำให้ข้าพเจ้ากังวลอย่างมาก แต่ก็ได้คำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาจึงทำให้ข้าพเจ้ามีวิธีการทำงานที่พร้อมมากขึ้น ทำให้เข้าใจกระบวนการทำงานการถ่ายภาพโฆษณาอย่างละเอียด ได้ฝึกวางแผนการทำงานระยะยาวและหน้าที่ที่หลากหลาย อีกทั้งได้รับความร่วมมือและกำลังใจจากเพื่อนและอีกหลาย ๆ ฝ่ายทำให้การทำงานราบรื่นและผลงานออกมาครบเป็นไปตามที่กำหนดไว้โดยเฉพาะภาพถ่ายหุ่นนิ่งที่ได้รับผลการตอบรับที่ดี ซึ่งเป็นงานที่ข้าพเจ้าถนัดจึงทำให้ผลงานออกมาเป็นที่พึงพอใจของข้าพเจ้า

5.2 ปัญหาในการทำงาน

ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการทำงานคือ ความไม่ถนัดในการทำงานของข้าพเจ้า ซึ่งข้าพเจ้าไม่ถนัดเรื่องการหาแนวความคิดที่หลากหลายของงานจึงทำให้ช่วงแรกข้าพเจ้าเป็นกังวลอย่างมากว่าจะทำผลงานออกมาในรูปแบบไหนดีและก็ได้ปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาที่ช่วยให้ข้าพเจ้าได้ฝึกคิด วิเคราะห์ ทำให้ข้าพเจ้าได้แนวความคิดที่หลากหลายมากขึ้น และอีกปัญหาคือ การทำงานเป็นกองถ่าย ซึ่งเป็นการเตรียมงานที่ใช้เวลานานหาอุปกรณ์ประกอบฉาก ชุดของแบบ ภาพรวมของงานและทีมงานต่าง ๆ ซึ่งข้าพเจ้าไม่ถนัดในการตัดสินใจ ควบคุม และสื่อสารมากนักทำให้การทำงานล่าช้าและทำให้ทีมงานทำงานได้ไม่เต็มประสิทธิภาพ และการรวบรวมทีมงานที่นำมาช่วยซึ่งหลายคนก็ไม่ว่างมาช่วยในวันถ่ายทำจริง ทำให้เกิดปัญหาการทำงานไม่ตรงตามแผนที่วางไว้

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการทำงานที่ผ่านมาจะต้องเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์เป็นสำคัญก่อน เพื่อให้ผลงานออกมาได้อย่างสมบูรณ์ และถูกต้องตรงแนวความคิดของสินค้า และต้องใส่ใจอย่างมากเรื่องกระบวนการทำงาน เวลาการทำงานและการเตรียมงาน เพราะจะได้มีแผนการทำงานที่แน่นอนเพื่อให้ทีมงานหลายๆฝ่ายเข้าใจและเตรียมตัวให้พร้อมทันเวลาที่จะทำงาน Pre-production ที่ชัดเจนก็จะทำให้งานหลายๆขั้นตอนผ่านไปได้ง่าย การตัดสินใจในกองถ่ายถือว่าเป็นเรื่องที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งเพื่อที่ทีมงานจบและราบรื่นได้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์เยาวนรต พันธุ์เพ็ง.(2019.) ภาพถ่ายโฆษณา สืบค้น 5 กุมภาพันธ์ 2562 เข้าถึงได้จาก

: <https://www.east.spu.ac.th/com>

Spinkle. (2019). ประวัติความเป็นมา สืบค้น 5 กุมภาพันธ์ 2562 เข้าถึงได้จาก

: <https://www.sprinkle-th.com>

Crystal.(2019).About us. สืบค้น 5 กุมภาพันธ์ 2562 เข้าถึงได้จาก

: <http://www.sermsukplc.com/th/about/page/history>

Nestle.(2019).About us. สืบค้น 5 กุมภาพันธ์ 2562 เข้าถึงได้จาก

: <https://www.nestle.co.th/th/aboutus/history>

Singha.(2019).About us. สืบค้น 5 กุมภาพันธ์ 2562 เข้าถึงได้จาก

: <http://boonrawd.agelusinteractive.com/>



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล นายวรัญญู กนกอุดม
 วัน/เดือน/ปี เกิด 18 กุมภาพันธ์ 2540
 ที่อยู่ 142/30 หมู่ 8 ตำบลหัวรอ อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
 E-mail Waranyoo.k@outlook.com

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2547-2551 ระดับประถมศึกษาโรงเรียนอนุบาลพระนครศรีอยุธยา
 พ.ศ.2552-2554 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนอยุธยาวิทยาลัย
 พ.ศ.2555-2557 ระดับปริญญาวิชาชีพวิทยาลัยอาชีวศึกษาพระนครศรีอยุธยา
 พ.ศ.2558-2561 ศิลปกรรมศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
 ภาควิชาศิลปะ สาขาการถ่ายภาพ
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้