

การถ่ายภาพโฆษณา เรื่อง “ให้เต่าบินอยู่กับคุณทุกช่วงเวลา”
ADVERTISING PHOTOGRAPHY TITLED “Everytime with Taobin”



ศิลปินพจน์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาการถ่ายภาพ ภาควิชานิเทศศิลป์
คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2565

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์

หัวข้อศิลปนิพนธ์ การถ่ายภาพโฆษณา เรื่อง “ให้เต่าบินอยู่กับคุณทุกช่วงเวลา”
ADVERTISING PHOTOGRAPHY TITLED “Everytime with Taobin”
นักศึกษา นางสาวสาธิตา มิ่งสุข
รหัสประจำตัว 62020370
หลักสูตร ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา การถ่ายภาพ
ภาควิชา นิเทศศิลป์
คณะ สถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ
อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์ อาจารย์พงษ์ศักดิ์ ตั้งติวจา

RONGSAK TANGTIWJAJA

()

อาจารย์ที่ปรึกษา

วันที่.....10.....เดือน.....กรกฎาคม.....พ.ศ.2566.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์	การถ่ายภาพโฆษณา เรื่อง “ให้เต่าบินอยู่กับคุณทุกช่วงเวลา” ADVERTISING PHOTOGRAPHY TITLED “Everytime with Taobin”
นักศึกษา	นางสาวสาธิตา มิ่งสุข
รหัสประจำตัว	62020370
หลักสูตร	ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา	ภาพถ่าย
ภาควิชา	นิเทศศิลป์
คณะ	สถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ
ปีการศึกษา	2565
อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์	อาจารย์พงษ์ศักดิ์ ตั้งดีวาจา

บทคัดย่อ

ข้าพเจ้าชื่นชอบในความแปลกใหม่ ความรวดเร็วในการบริการของแบรนด์เต่าบิน การจัดวางองค์ประกอบภาพ การจับคู่สี จึงนำเสนอผ่านภาพถ่ายโฆษณา เรื่อง ให้เต่าบินอยู่กับคุณทุกช่วงเวลา ผลลัพธ์ที่นำมาใช้ถ่ายคือ เครื่องดื่มของเต่าบิน โดยจุดประสงค์ในการทำงานชิ้นนี้ คือ การศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับการทำภาพถ่ายโฆษณาเครื่องดื่ม การจัดองค์ประกอบของภาพเพื่อให้ภาพถ่ายดูน่าสนใจและตรงกับภาพลักษณ์ของแบรนด์

ผลงานชิ้นนี้ได้แนวคิดมาจากการที่คนในยุคสมัยนี้ต้องการความรวดเร็ว สะดวกสบายซึ่งตรงกับเอกลักษณ์ของตัวแบรนด์ จึงนำเอาอาชีพ ในแต่ละช่วงวัยได้แก่ ช่วงวัยเด็ก ช่วงวัยรุ่น ช่วงวัยทำงานและช่วงวัยกลางคน มานำเสนอเป็นช่วงเวลาทั้งหมด 4ช่วงเวลา จึงทำออกมาเป็นภาพถ่ายโฆษณา ชุดนี้ทั้งหมด 16 ภาพ 21 เมนู

กิตติกรรมประกาศ

ศิลปินพจน์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี แต่จะไม่สำเร็จผลเลยหากขาดความช่วยเหลือและความกรุณาจากทุกฝ่าย ทั้งการให้คำแนะนำ การสละเวลาเพื่อช่วยเหลือในการทำงาน การให้กำลังใจไม่ว่าทางใดก็ทางหนึ่ง

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ อาจารย์พงษ์ศักดิ์ ตั้งติวาทา ที่ให้ความอนุเคราะห์รับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ให้คำปรึกษา แนะนำ และให้การช่วยเหลือในการทำศิลปินพจน์ รวมถึงสอนวิธีการทำงานที่ดีทำให้ผู้วิจัยรู้จักพัฒนาตนเองในด้านการงานให้ดียิ่งขึ้น

ขอบคุณคณะกรรมการศิลปินพจน์ที่ให้คำแนะนำและแนวทางในการปรับปรุงศิลปินพจน์ให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น ขอขอบคุณคณะอาจารย์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังทุกท่าน ที่ส่งสอนวิชาความรู้ ถ่ายทอดประสบการณ์ต่าง ๆ และนำความรู้เหล่านั้นมาใช้ในการทำวิจัยนี้

ขอบคุณเพื่อนๆในทีม นภสร,สุภาวดี,ธีระ,ชมพูนุช,ชนนิกานต์,บรรณสิริ,พัชชญ์นัน,ชนิกานต์,ตลับพร ที่คอยช่วยเหลือตลอดทั้งการถ่ายทำอย่างเต็มที่ ทั้งการจัดแสง การจัดองค์ประกอบ ให้เป็นไปในแบบที่ข้าพเจ้าต้องการอย่างเต็มที่

ขอบคุณบิดา มารดา ของข้าพเจ้าที่คอยสนับสนุนให้กำลังใจในการทำงานและสนับสนุนงบประมาณในการถ่ายทำทั้งหมดเพื่อทำให้ผลงานของข้าพเจ้าออกมาได้อย่างดีที่สุด

ขอบคุณธนพล ที่คอยให้กำลังใจช่วยแก้ปัญหาแนะนำสิ่งต่างๆ พาไปดูอุปกรณ์ต่างๆในการทำงานและคอยซัพพอร์ตในเรื่องต่างๆ ปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้น

สาธิตา มิ่งสุข

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	A
กิตติกรรมประกาศ	B
สารบัญ	C
สารบัญรูปภาพ	E
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ	1
1.2 วัตถุประสงค์	1
1.3 แนวความคิด	1
1.4 แรงบันดาลใจ	1
1.5 รายละเอียดทางเทคนิค	1
1.6 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย	2
1.7 คุณค่าของผลงาน	2
1.8 ปัญหาที่คาดว่าจะเกิดและวิธีการแก้ปัญหา	2
บทที่ 2 ข้อมูลในการสร้างสรรค์ผลงาน	3
2.1 ข้อมูลองค์กร	3
2.2 ตัวอย่างงานภาพถ่ายโฆษณาของแบรนด์เต่าบิน	8
2.3 แบรินด์คู่แข่งของเต่าบิน	10
2.4 ข้อมูลการสร้างสรรค์งาน	12
2.5 ข้อมูลรายละเอียดเทคนิคการถ่ายทำ.	13
บทที่ 3 ขั้นตอนการสร้างสรรค์ผลงาน	15
3.1 การสร้างภาพแบบร่าง	15
3.1.1 เครื่องดื่มที่นำมาใช้ในการถ่าย	15
3.1.2 ขั้นตอนการสร้างภาพร่าง	17

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
3.2 ขั้นตอนเตรียมตัวก่อนถ่ายทำ	25
3.2.1 Lighting reference	25
3.2.2 prop ที่ใช้ในการทำงาน	27
3.2.3 Mood and tone	33
3.3 ขั้นตอนการถ่ายทำงาน	34
3.3.1 ขั้นตอนการถ่ายทำและภาพเบื้องหลัง	34
3.3.2 ตารางการทำงาน	34
3.3.3 อุปกรณ์ในการทำงาน	35
3.3.4 งบประมาณ	35
3.4 การปรับแต่งภาพ	35
บทที่ 4 ผลงานจริง	39
4.1 ภาพจริง	39
4.2 การใช้ภาพในสื่อโฆษณา	55
บทที่ 5 บทสรุป	71
5.1 สรุปผลการทำงาน	71
5.2 ปัญหาในการทำงานและวิธีแก้ไข	71
5.3 ข้อเสนอแนะ	71
5.4 ประโยชน์ที่ได้รับ	71
บรรณานุกรม	72
ประวัติผู้เขียน	73

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 เมนูเครื่องดื่มกาแฟร้อนเต่าบิน	5
ภาพที่ 2 เมนูเครื่องดื่มกาแฟเย็นเต่าบิน	5
ภาพที่ 3 เมนูเครื่องดื่มนมร้อนเต่าบิน	5
ภาพที่ 4 เมนูเครื่องดื่มนมเย็นเต่าบิน	6
ภาพที่ 5 เมนูเครื่องดื่มชาร้อนเต่าบิน	6
ภาพที่ 6 เมนูเครื่องดื่มชาเย็นเต่าบิน	6
ภาพที่ 7 เมนูเครื่องดื่มโปรตีนเต่าบิน	6
ภาพที่ 8 เมนูเครื่องดื่มโซดาเต่าบิน	7
ภาพที่ 9 เมนูเครื่องดื่มปั่นเย็นเต่าบิน	7
ภาพที่ 10 ตัวอย่างภาพโฆษณาเดิมของแบรนด์เต่าบิน ปี 2564	8
ภาพที่ 11 ตัวอย่างโฆษณาเดิมของแบรนด์เต่าบิน ปี 2565	9
ภาพที่ 12 ตัวอย่างโฆษณาของแบรนด์All café	11
ภาพที่ 13 ภาพReference ผลงานชุดที่ 1	12
ภาพที่ 14 ภาพMood and tone ผลงานชุดที่ 1	12
ภาพที่ 15 ภาพReference ผลงานชุดที่ 2	13
ภาพที่ 16 ภาพMood and tone ผลงานชุดที่ 2	13
ภาพที่ 17 ตัวอย่างการจัดแสง	14
ภาพที่ 18 เครื่องดื่มที่จะนำมาใช้ในผลงานชุดที่ 1	15
ภาพที่ 19 เครื่องดื่มที่จะนำมาใช้ในผลงานชุดที่ 2	16
ภาพที่ 20 ภาพร่างที่1	17
ภาพที่ 21 ภาพร่างที่2	18
ภาพที่ 22 ภาพร่างที่3	18
ภาพที่ 23 ภาพร่างที่4	18
ภาพที่ 24 ภาพร่างที่5	19
ภาพที่ 25 ภาพร่างที่6	19
ภาพที่ 26 ภาพร่างที่7	20
ภาพที่ 27 ภาพร่างที่8	20
ภาพที่ 28 ภาพร่างที่9	21

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 29 ภาพร่างที่10	21
ภาพที่ 30 ภาพร่างที่11	22
ภาพที่ 31 ภาพร่างที่12	22
ภาพที่ 32 ภาพร่างที่13	23
ภาพที่ 33 ภาพร่างที่14	23
ภาพที่ 34 ภาพร่างที่15	24
ภาพที่ 35 ภาพร่างที่16	24
ภาพที่ 36 ภาพreferenceแสงช่วงเช้า	25
ภาพที่ 37 ภาพreferenceแสงช่วงกลางวัน	26
ภาพที่ 38 ภาพreferenceแสงช่วงเย็น	26
ภาพที่ 39 ภาพreferenceแสงช่วงกลางคืน	27
ภาพที่ 40 propที่ใช้ในการทำงาน sketch 1	27
ภาพที่ 41 propที่ใช้ในการทำงาน sketch 2	28
ภาพที่ 43 propที่ใช้ในการทำงาน sketch 3	28
ภาพที่ 44 propที่ใช้ในการทำงาน sketch 4	28
ภาพที่ 45 propที่ใช้ในการทำงาน sketch 5	29
ภาพที่ 46 propที่ใช้ในการทำงาน sketch 6	29
ภาพที่ 47 propที่ใช้ในการทำงาน sketch 7	29
ภาพที่ 48 propที่ใช้ในการทำงาน sketch 8	30
ภาพที่ 49 propที่ใช้ในการทำงาน sketch 9	30
ภาพที่ 50 propที่ใช้ในการทำงาน sketch 10	30
ภาพที่ 51 propที่ใช้ในการทำงาน sketch 11	31
ภาพที่ 52 propที่ใช้ในการทำงาน sketch 12	31
ภาพที่ 53 propที่ใช้ในการทำงาน sketch 13	31
ภาพที่ 54 propที่ใช้ในการทำงาน sketch 14	32
ภาพที่ 55 propที่ใช้ในการทำงาน sketch 15	32
ภาพที่ 56 propที่ใช้ในการทำงาน sketch 16	32
ภาพที่ 57 ภาพMood and tone ของภาพชุดที่ 1	33

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 58 ภาพMood and tone ของภาพชุดที่ 2	33
ภาพที่ 59 ภาพเบื้องหลังการทำงาน	34
ภาพที่ 60 เปิดภาพบนโปรแกรม Photoshop	36
ภาพที่ 61 เปิดภาพที่ต้องการจะ Stack ขึ้นมา	37
ภาพที่ 62 กดเครื่องมือ Add vector mask	37
ภาพที่ 63 ใช้ Brush tool เลือกลงเฉพาะตรงที่ต้องการบน Layer mask	38
ภาพที่ 64 กด Command+Shift+E	38
ภาพที่ 65-80 ภาพผลงานจริง	39
ภาพที่ 81-96 ภาพที่ใช้ในสื่อโฆษณา	55

บทที่ 1

บทนำ

1.1.ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ

เครื่องดื่มเต่าบินเป็นแบรนด์เครื่องดื่มที่กำลังนิยมในปัจจุบันด้วยความสะดวกสบายในการซื้อและมีเครื่องดื่มให้เลือกสรรมากมาย จึงมีความสนใจในตัวแบรนด์ จึงเลือกนำเอาเครื่องดื่มของแบรนด์เต่าบินมาถ่ายทอดออกมาเป็นสื่อโฆษณา

1.2.วัตถุประสงค์

- 1.เพื่อศึกษาการถ่ายภาพโฆษณา
- 2.เพื่อหาแนวความคิดใหม่ๆที่เหมาะสมกับตัวแบรนด์
- 3.เพื่อศึกษาการจัดวางองค์ประกอบของภาพและการจัดแสงให้เหมาะสมกับภาพที่ต้องการจะสื่อสาร

1.3.แนวความคิด

การดื่มเครื่องดื่มของคนในปัจจุบันที่ต้องการความรวดเร็วสะดวกสบาย จึงนำเอาเรื่องราวอาชีพทุกช่วงวัย และเวลา แสดงถึงความสะดวกที่จะมีเต่าบินอยู่ในทุกที่ ทุกๆช่วงเวลาไปกับคุณ

1.4.แรงบันดาลใจ

ข้าพเจ้าได้เห็นถึงการใช้ชีวิตในเมืองที่มีความเร่งรีบ มีเวลาอย่างจำกัด จึงนำเอาชีวิตประจำวันของคนเมือง มาปรับใช้ในงานโฆษณา เพื่อถ่ายทอดความสะดวกสบายความรวดเร็วและแสดงให้เห็นว่าเต่าบินมีบริการตลอด 24 ชั่วโมง

1.5.รายละเอียดเทคนิค

ภาพถ่ายโฆษณาจำนวน 16 รูป โดยแบ่งออกเป็น 4 ชุด ของแต่ละช่วงวัย ได้แก่ วัยเด็ก วัยรุ่น วัยทำงาน และวัยกลางคน เป็นภาพถ่ายหุ่นนิ่ง ให้เหมาะสมกับตัวแบรนด์

1.6.แนวทางการบรรลุเป้าหมาย

- 1.ศึกษาชีวิตประจำวันของคนเมือง
- 2.ศึกษาวิธีการถ่ายภาพอาหารเครื่องดื่ม
- 3.ศึกษาวิธีการจัดแสงให้เหมาะสมในแต่ละช่วงเวลา
- 4.จัดหาพรอพที่จะนำมาถ่าย
- 5.นำภาพมาปรับแต่งเพื่อให้ภาพออกมาสมบูรณ์

1.7.คุณค่าของผลงาน

เรียนรู้และพัฒนาภาพถ่ายโฆษณาและนำเสนอผลงานภาพเกี่ยวกับการโฆษณาเครื่องดื่ม

1.8.ปัญหาที่คาดว่าจะเกิดและวิธีการแก้ไข

การจัดแสงที่ไม่เหมาะสมกับช่วงเวลา ควรศึกษาลักษณะแสงในแต่ละช่วงเวลาเพื่อที่จะจัดออกมาให้มีความรู้สึกเหมือนช่วงเวลานั้นจริงๆ

บทที่ 2

ข้อมูลในการสร้างสรรค์ผลงาน

2.1. ข้อมูลองค์กร

Taobin เต่าบิน

“ผู้เต่าบิน” นิยามตัวเองเป็น Robotic barista(หุ่นยนต์บาร์ิสต้า)ในปี 2564 เป็นธุรกิจที่พัฒนาโดยบริษัท ฟอर्थ เวนดิง จำกัด ซึ่งเป็นธุรกิจที่สร้างการเติบโตให้กับตัวบริษัทเป็นอย่างมากเพราะเป็นธุรกิจที่สร้างกำไรให้กับบริษัทถึง 65%

ผู้เต่าบินเป็นคาเฟ่อัตโนมัติที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงที่ถูกคิดค้นและพัฒนาโดยคนไทยจากการร่วมมือกันของบริษัท ฟอर्थ ซึ่งได้จดสิทธิบัตรไว้แล้วถึง 35 สิทธิบัตร โดยปัจจุบันได้มีการติดตั้งผู้เต่าบินไปแล้ว 4,300 ตู้ โดยมีเป้าหมายให้ติดตั้งทั่วประเทศไทยในปี 2567 ซึ่งประมาณ 20,000 ตู้ ที่จะสร้างยอดขายให้แก่บริษัทประมาณ 1 ล้านบาท ต่อวัน

ที่มาของผู้เต่าบินโดยคุณโทมัส มอริสัน ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายเทคโนโลยี (CTO) บริษัทฟอर्थ เวนดิง จำกัด เจ้าของ “ผู้เต่าบิน”

ในยุคที่เทคโนโลยีก้าวล้ำให้เกิดความสะดวกสบายในการใช้ชีวิตทุกๆด้าน จากนั้นเขาจึงมีการพัฒนาต่อยอดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคด้วย “ความพร้อมในการใช้งาน” ผู้เต่าบินจึงพัฒนาธุรกิจเพื่อตอบสนองต่อความสะดวกสบายที่เข้าถึงได้ทุกสถานที่และพร้อมใช้งานตลอด 24 ชั่วโมงหรือทุกเวลาที่ผู้บริโภคมีความต้องการเกิดขึ้น จึงกลายมาเป็นพื้นฐานของแบรนด์ ผู้เต่าบินจึงได้รับการตอบรับอย่างดีจากการตลาด

Concept brand

“ความสะดวกสบาย+ความพร้อม” ความสะดวกที่เข้าถึงได้ทุกสถานที่และพร้อมใช้งานตลอด 24 ชั่วโมง

การตลาดของผู้เต่าบิน

การตลาดของผู้เต่าบินใช้เป็นวิธีแบบ Experience Marketingคือการทำการตลาดโดยเชื่อมโยงกันผ่านการออกแบบประสบการณ์ เพื่อสร้างการจดจำด้านความรู้สึก กระตุ้นให้เกิดความสัมพันธ์กันระหว่างตัวลูกค้ากับตัวแบรนด์ อีกทั้งยังเป็นแบรนด์ที่มี “การรับฟังลูกค้า” โดยผู้เต่าบินจะมีQR code ให้ลูกค้าได้สแกนเพื่อแสดงความคิดเห็นจากลูกค้าที่ใช้งานจริงและได้มีการทำSocial monitoring ตาม Social media คอยมองดูว่าผู้บริโภคมีความคิดเห็นอย่างไรต่อสินค้าและบริการของแบรนด์ และเมื่อปลายปี 2021 ผู้เต่าบินเริ่มมีการปล่อยคอนเทนต์ในวงกว้างให้คนได้รู้จักผู้เต่าบินมากขึ้น ซึ่งผู้เต่าบินได้สร้างฐานลูกค้าที่พร้อมสนับสนุนทำให้คนเข้ามาแสดงความคิดเห็นสิ่งดีๆเกี่ยวกับแบรนด์ทำให้เพิ่มความน่าเชื่อถือในตัวแบรนด์มากขึ้น

การโฆษณาของแบรนด์

การสร้างกระแสให้เป็นที่รู้จักแบบ word of mouth คือการที่ผู้บริโภคบอกต่อกันเอง กระจายผ่านสื่อโซเชียล ทำให้เต่าบินเป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็ว ทำให้เต่าบินแทบไม่ต้องใช้งบประมาณในการโฆษณาเลย

จุดแข็งของแบรนด์

“เต่าบิน”สร้างความแตกต่างในตลาดกาแฟ ด้วยการเป็นคาเฟ่อัตโนมัติ 24 ชั่วโมง อยู่ใกล้ผู้บริโภค สามารถชงน้ำสดใหม่ทุกแก้ว ชงกาแฟด้วยเมล็ดกาแฟสด คุณภาพเทียบเท่าร้านดัง โดยเต่าบินวางตัวเองเป็น เครื่องดื่มพรีเมียมในราคาที่เข้าถึงได้ เพราะลดการใช้แรงงานทำให้ต้นทุนต่ำลงในสถานที่ติดตั้งเพียง 1 ตารางเมตร

จุดอ่อนของแบรนด์

การสร้างกระแสของแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักเป็นการสร้างกระแสแบบ word of mouth คือการบอกต่อกันเองของผู้บริโภค กระจายผ่านสื่อโซเชียล ซึ่งหากมีกระแสไปในทางลบเพียงไม่กี่ครั้งอาจจะทำให้มีกระแสไปในทางลบอย่างรวดเร็วได้

Slogan

ให้เต่าบินเป็นทุกวันของคุณ

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้คนทุกเพศ วัยตั้งแต่วัยรุ่นจนถึงคนเกษียณอายุ ที่ต้องการความรวดเร็ว ความสะดวกสบายในการดื่มเครื่องดื่มที่หลากหลายเมนู

ผลิตภัณฑ์ของเต่าบิน

ปัจจุบันเต่าบินมีเครื่องดื่มให้เลือกหลากหลายกว่า 200 เมนู ทั้งเครื่องดื่มร้อน เย็น ปั่น อีกทั้งยังมีเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ โดยเครื่องดื่มแต่ละเมนูสามารถเลือกระดับความหวานได้ตามความต้องการ โดยแบ่งเป็น 9 ประเภท ได้แก่

1.เมนูกาแฟ (Coffee)

-กาแฟร้อน



ภาพที่ 1 เมนูเครื่องดื่มกาแฟร้อนเต่าบิน

-กาแฟเย็น



ภาพที่ 2 เมนูเครื่องดื่มกาแฟเย็นเต่าบิน

2.เมนูนม

-นมร้อน



ภาพที่ 3 เมนูเครื่องดื่มนมร้อนเต่าบิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า 5
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

-นมเย็น



ภาพที่ 4 เมนูเครื่องดื่มนมเย็นเต่าบิน

3.เมนูชา

-ชาร้อน



ภาพที่ 5 เมนูเครื่องดื่มชาร้อนเต่าบิน

-ชาเย็น



ภาพที่ 6 เมนูเครื่องดื่มชาเย็นเต่าบิน

4.เมนูโปรตีน



ภาพที่ 7 เมนูเครื่องดื่มโปรตีนเต่าบิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า 6
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2. ตัวอย่างงานภาพถ่ายโฆษณาของแบรนด์ “Taobin”



ภาพที่ 10 ตัวอย่างโฆษณาเดิมของแบรนด์เต้าบินปี 2564

ที่มา : <https://www.instagram.com/taobin.thailand/>

ภาพถ่ายโฆษณาเต้าบิน ปี 2564

วิเคราะห์ : เป็นปีแรกที่เต้าบินออกมาเปิดตัวด้วยภาพถ่ายโฆษณา ภาพถ่ายในปีนี้จะ เป็นภาพ ตัวเครื่องตีมาวางบน ฉาก ไม่ได้มีพรอพเยอะมากและส่วนใหญ่จะใช้เป็นกราฟฟิกเข้ามาทำงานร่วมกับภาพถ่าย ตัวพรอพที่นำมาวางจะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า 8
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นส่วนประกอบในตัวน้ำแต่ละเมนู โดยส่วนตัวรู้สึกว่าคุณภาพของตัวพวพทำให้ภาพออกมาค่อนข้างมีความนิ่ง ไม่ได้สื่อถึงอารมณ์ ความสดชื่นของตัวเครื่องดื่ม



ภาพที่ 11 ตัวอย่างโฆษณาเดิมของแบรนด์เต๋าท่าบิน ปี 2565

ที่มา : <https://www.instagram.com/taobin.thailand/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า 9
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพถ่ายโฆษณาปี 2565

วิเคราะห์ : ภาพถ่ายโฆษณาโดยรวมของปี 2565 จะเน้นร่วมกับเทศกาลแต่ละเทศกาลตลอดทั้งปี ทำให้ผู้คนที่สามารถมีส่วนร่วมในแต่ละเมนูได้มากขึ้น มีตัวพروفที่เล่นกับเทศกาลในแต่ละเทศกาลและมีการเล่นโทนสีทำให้ภาพดึงดูดคนได้มากขึ้น

2.3.แบรนด์คู่แข่งของเต่าบิน

7-Elleven All cafe

ร้านกาแฟ All Café เป็นร้านกาแฟในเครือซีพีออลล์ เปิดให้บริการใน 7-Eleven ที่มีจำนวนสาขา กว่า 6,600 สาขาทั่วประเทศ ซึ่ง 7-Eleven เป็นร้านสะดวกซื้อที่มอบความสะดวกสบายและความรวดเร็วให้แก่ผู้บริโภค โดยร้าน All cafe

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้คนที่ต้องการความสะดวกสบาย ความรวดเร็วที่ต้องการใช้บริการซื้อเครื่องดื่มตลอดเวลา 24 ชั่วโมง

การตลาด การโฆษณา

จากเดิมตัว 7-Eleven มีฐานลูกค้าที่หนาแน่นมากอยู่แล้วทำให้การโฆษณาสามารถสร้างฐานลูกค้าให้กับร้าน All cafe ได้อย่างง่ายดาย และอีกอย่างหนึ่งที่ทำให้ร้าน All cafe มีความน่าสนใจคือการมีคูปองส่วนลด การแถม ให้กับลูกค้าที่เป็นสมาชิกอยู่เสมอทำให้คนซื้อแล้วต้องซื้อซ้ำอีกครั้งด้วยตัวคูปอง

ภาพถ่ายโฆษณา All café



ภาพที่ 12 ตัวอย่างภาพโฆษณาของแบรนด์ All café
ที่มา : <https://www.instagram.com/allcafe.official>

วิเคราะห์ : ภาพถ่ายของ All café มักจะถ่ายภาพเรียบง่าย ไม่ได้มีพรอพมาก เน้นการใช้กราฟิกในภาพมากกว่า เน้นให้เห็นโลโก้ของตัวแบรนด์ชัดเจน ภาพจึงออกมาดูมีความเรียบง่ายแต่คนดูสามารถรับรู้ได้ว่าเป็นเครื่องดื่มของแบรนด์ All café

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4. ข้อมูลในการสร้างสรรค์งาน

Concept : ให้เต่าบินอยู่เคียงข้างคุณทุกช่วงเวลา-เนื่องจากตู้ของเต่าบินมีบริการตลอด24 ชม. เพื่อบริการคนที่ต้องการจะดื่มเครื่องดื่มในทุกช่วงเวลา จึงนำเอาช่วงเวลาต่างๆในชีวิตมาเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวเครื่องดื่มของเต่าบินที่อยู่เคียงข้างเราในทุกช่วงเวลาของชีวิต

Set 1

Reference



ภาพที่ 13 ภาพ Reference Set 1
ที่มา : <https://www.pinterest.com>

Mood and tone



ภาพที่ 14 ภาพ Mood and tone Set 1
ที่มา : <https://www.pinterest.com>

Set 2

Reference



ภาพที่ 15 ภาพReference ผลงานชุดที่ 2
ที่มา : <https://www.pinterest.com>

Mood and tone



ภาพที่ 16 ภาพMood and tone ผลงานชุดที่ 2
ที่มา : <https://www.pinterest.com>

2.5.ข้อมูลรายละเอียดเทคนิคการถ่ายทำ

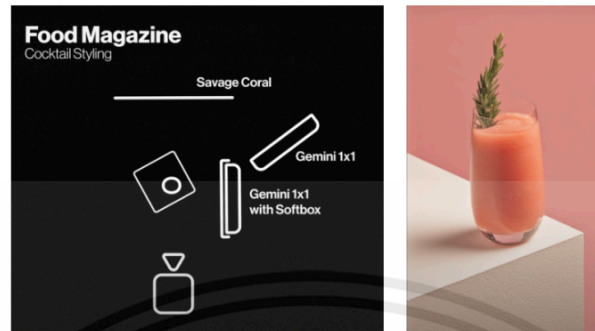
เทคนิคการถ่ายเครื่องดื่ม

-การทำให้แก้วมีไอน้ำ

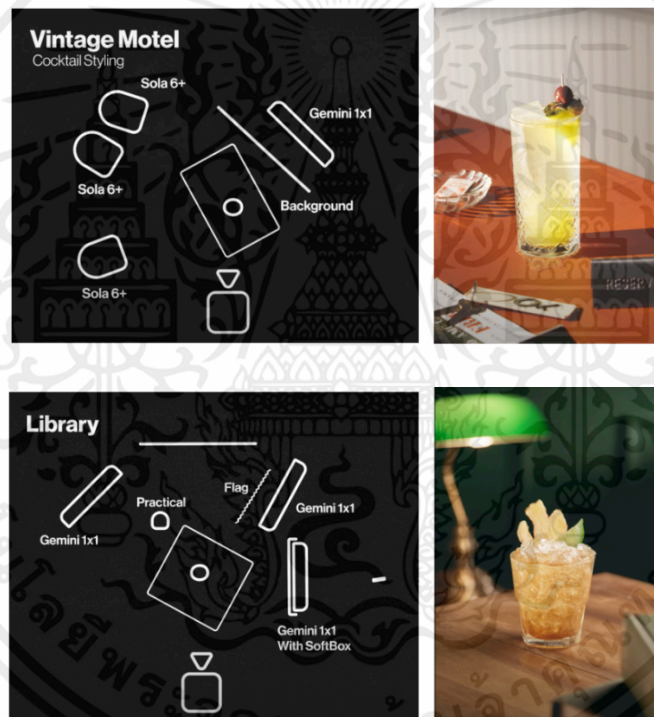
1. ใช้สเปรย์เคลือบด้านพ่น
2. ใช้น้ำ+กลีเซอรินพ่นเป็นหยดน้ำ

การจัดไฟเพื่อถ่ายน้ำ

Set 1



Set 2



ภาพที่ 17 ตัวอย่างการจัดแสง

ที่มา : <https://www.youtube.com/watch?v=J0jawPFkaio>

บทที่ 3

ขั้นตอนการสร้างสรรค์ผลงาน

3.1.การสร้างภาพแบบร่าง

3.1.1.เครื่องมือที่นำมาใช้ในการถ่าย

Set 1



นมสดคาราเมล



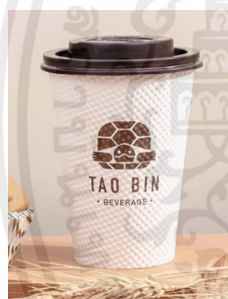
นมชมพู



นมเมล่อน



โอรี่ไอ้ป่วนภูเขาไฟ



นมร้อน



คาราเมลลาเต้



มังฉะลาเต้



แดงโซดา



เมล่อนโซดา



ยูซูโซดา



เต่าทรงพลังโซดา

ภาพที่ 18 เครื่องดื่มที่จะนำมาใช้ในผลงานชุดที่ 1

ที่มา : <https://www.instagram.com/taobin.thailand/>

Set 2



อเมริกาโน่



อเมริกาโน่ยูซู



มอคค่า



สตอเบอร์รี่โปรตีน



สตอเบอร์รี่ไซดา



คาปูชิโน



ชาying



ชามะนาว



ชาying



โกโก้

ภาพที่ 19 เครื่องดื่มที่จะนำมาใช้ในผลงานชุดที่ 1

ที่มา : <https://www.instagram.com/taobin.thailand/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.2. ขั้นตอนการสร้างภาพร่าง(Sketch)

Sketch 1



ภาพที่ 20 ภาพร่างที่ 1

เมนู : นมคาราเมลเย็น

ช่วงวัย : ประถมศึกษา

ช่วงเวลา : เช้า

กิจกรรม : ทานอาหารเช้าก่อนไปโรงเรียน

Sketch 2



ภาพที่ 21 ภาพร่างที่ 2

เมนู : นมเมล่อน/นมชมพู

ช่วงวัย : ประถมศึกษา

ช่วงเวลา : กลางวัน

กิจกรรม : เล่นของเล่น

Sketch 3



ภาพที่ 22 ภาพร่างที่ 3

เมนู : โอรีโอ้ปั่นภูเขาไฟ

ช่วงวัย : ประถมศึกษา

ช่วงเวลา : เย็น

กิจกรรม : ทำการบ้านบนโต๊ะเขียนหนังสือ

Sketch 4



ภาพที่ 23 ภาพร่างที่ 4

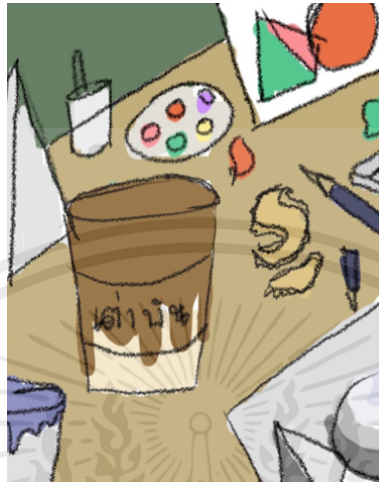
เมนู : นมร้อน

ช่วงวัย : ประถมศึกษา

ช่วงเวลา : กลางคืน

กิจกรรม : ฟังนิทานก่อนนอน

Sketch 5



ภาพที่ 24 ภาพร่างที่ 5

เมนู : คาราเมลลาเต้เย็น

ช่วงวัย : มหาวิทยาลัย

ช่วงเวลา : เช้า

กิจกรรม : เข้าเรียนวิชาวาดภาพ

Sketch 6



ภาพที่ 25 ภาพร่างที่ 6

เมนู : มัจฉะลาเต้

ช่วงวัย : มหาวิทยาลัย

ช่วงเวลา : กลางวัน

กิจกรรม : ทานอาหารกลางวันบนโต๊ะทำงาน

Sketch 7



ภาพที่ 26 ภาพร่างที่ 7

เมนู : แดงโซดา/เมล่อนโซดา/ยูซูโซดา

ช่วงวัย : มหาวิทยาลัย

ช่วงเวลา : เย็น

กิจกรรม : พักผ่อนเล่น boardgame

Sketch 8



ภาพที่ 27 ภาพร่างที่ 8

เมนู : เต้าปิ่นพลังโซดา

ช่วงวัย : มหาวิทยาลัย

ช่วงเวลา : กลางคืน
กิจกรรม : ทำโปรเจค

Sketch 9



ภาพที่ 28 ภาพร่างที่ 9

เมนู : อเมริกาโน่ร้อน
ช่วงวัย : ทำงาน
ช่วงเวลา : เช้า
กิจกรรม : ทำงานในออฟฟิศ

Sketch 10



ภาพที่ 29 ภาพร่างที่ 10

เมนู : มอคค่า/อเมริกาโน่เย็น
ช่วงวัย : ทำงาน

ช่วงเวลา : กลางวัน

กิจกรรม : ประชุมบริษัท

Sketch 11



ภาพที่ 30 ภาพร่างที่ 11

เมนู : สตอเบอร์รี่โปรตีน

ช่วงวัย : ทำงาน

ช่วงเวลา : เย็น

กิจกรรม : ออกกำลังกาย

Sketch 12



ภาพที่ 31 ภาพร่างที่ 12

เมนู : สตอเบอร์รี่โซดา

ช่วงวัย : ทำงาน

ช่วงเวลา : กลางคืน

กิจกรรม : ดูหนัง

Sketch 13



ภาพที่ 32 ภาพร่างที่ 13

เมนู คาปูชิโนร้อน

ช่วงวัย : กลางคน

ช่วงเวลา : เช้า

กิจกรรม : อ่านหนังสือ

Sketch 14



ภาพที่ 33 ภาพร่างที่ 14

เมนู : ชาชิ่งเย็น

ช่วงวัย : กลางคน

ช่วงเวลา : กลางวัน
กิจกรรม : เทรดหุ่น

Sketch 15



ภาพที่ 34 ภาพร่างที่ 15

เมนู : ชามะนาว/ซิงโซดา
ช่วงวัย : กลางคน
ช่วงเวลา : เย็น
กิจกรรม : นั่งพักผ่อนในสวน

Sketch 16



ภาพที่ 35 ภาพร่างที่ 16

เมนู : โกโก้ร้อน
ช่วงวัย : กลางคน

ช่วงเวลา : กลางคืน

กิจกรรม : เตรียมตัวนอนพักผ่อน

3.2.ขั้นตอนเตรียมตัวก่อนถ่ายทำ

3.2.1.Lighting reference



ภาพที่ 36 ภาพReference แสงช่วงเช้า



ภาพที่ 37 ภาพReference แสงช่วงกลางวัน



ภาพที่ 38 ภาพReference แสงช่วงเย็น



ภาพที่ 39 ภาพReference แสงช่วงกลางคืน

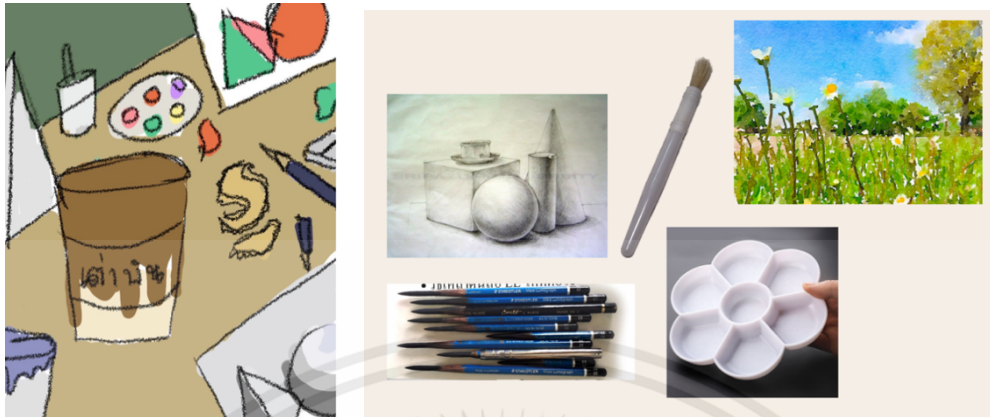
3.2.2.prop ที่ใช้ในการทำงาน

Sketch 1



ภาพที่ 40 prop ที่ใช้ในการทำงาน sketch 1

Sketch 5



ภาพที่ 44 prop ที่ใช้ในการทำงาน sketch 5

Sketch 6



ภาพที่ 46 prop ที่ใช้ในการทำงาน sketch 6

Sketch 7



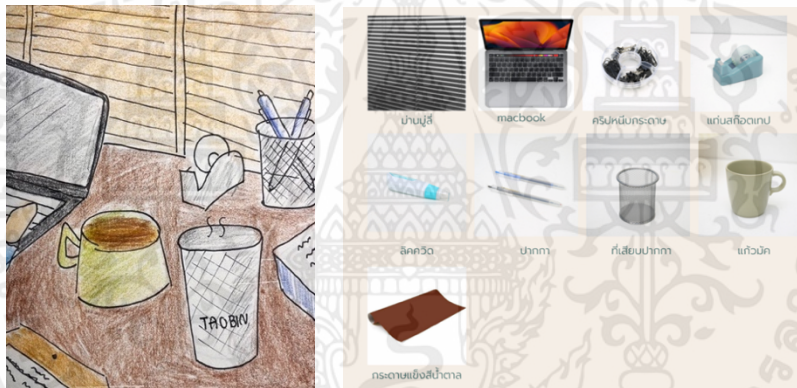
ภาพที่ 47 prop ที่ใช้ในการทำงาน sketch 7

Sketch 8



ภาพที่ 48 prop ที่ใช้ในการทำงาน sketch 8

Sketch 9



ภาพที่ 49 prop ที่ใช้ในการทำงาน sketch 9

Sketch 10



ภาพที่ 50 prop ที่ใช้ในการทำงาน sketch 10

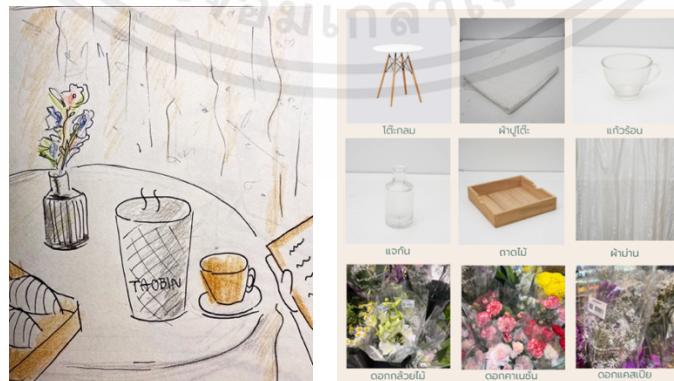
Sketch 11



Sketch 12



Sketch 13



Sketch 14



ภาพที่ 54 prop ที่ใช้ในการทำงาน sketch 14

Sketch 15



ภาพที่ 55 prop ที่ใช้ในการทำงาน sketch 15

Sketch 16



ภาพที่ 56 prop ที่ใช้ในการทำงาน sketch 16

3.2.3.Mood and tone

Mood and tone ภาพถ่ายชุดที่ 1



ภาพที่ 57 ภาพ mood and tone ของภาพชุดที่ 1

ในภาพถ่ายชุดที่ 1 จะเป็นช่วงวัยเด็กและวัยรุ่นจึงเลือกใช้สีส้มเข้ามาช่วยให้ภาพดูมีความสุขเข้ากับช่วงวัย และใช้สีที่contrastกันเพื่อให้จุดเด่นของภาพอยู่ที่ตัวสินค้า

Mood and tone ภาพถ่ายชุดที่ 2



ภาพที่ 58 ภาพ mood and tone ของภาพชุดที่ 2

ในภาพถ่ายชุดที่ 2 จะเป็นช่วงวัยทำงานและวัยกลางคนจึงเลือกใช้โทนสีและการจัดภาพแบบมินิมอลเพื่อแสดงถึงช่วงวัยที่มีความเป็นผู้ใหญ่มากกว่าโทนสีส้ม

3.3. ขั้นตอนการถ่ายทำ

3.3.1. ขั้นตอนการถ่ายทำและภาพเบื้องหลังการทำงาน



ภาพที่ 59 ภาพเบื้องหลังการทำงาน

1. จัดหา prop ตามขั้นตอนการ preproduction
2. เปิดและเตรียมของอุปกรณ์การถ่ายภาพทั้งหมด
3. ติดกระดาษฉากและจัดstylingตามsketch
4. ตั้งกล้องและหามุมกล้องตามที่ต้องการ
5. จัดไฟตามreferenceแสงของแต่ละช่วงเวลา
6. เลือกภาพที่จะนำมาretouch
7. retouch ภาพ

3.3.2. ตารางการทำงาน

คิดและเสนอหัวข้อ Thesis	24 มกราคม 2566
ค้นหาข้อมูลและนำเสนอข้อมูล	25 มกราคม-7 กุมภาพันธ์ 2566
คิด Sketch และนำเสนอPreproduction ผลงานชุดที่ 1	8-28 กุมภาพันธ์ 2566
หา prop และของที่จะใช้ในผลงานชุดที่ 1	1-6 มีนาคม 2566
เริ่มถ่ายผลงานชุดที่ 1	8-9 มีนาคม 2566
รีทัชตกแต่งภาพชุดที่ 1	12-15 มีนาคม 2566
นำเสนอภาพผลงาน ชุดที่ 1	21 มีนาคม 2566
คิด Sketch และนำเสนอ Preproduction ผลงานชุดที่ 2	22-28 มีนาคม 2566
หา prop และของที่จะใช้ในผลงานชุดที่ 2	1-5 เมษายน 2566

เริ่มถ่ายภาพผลงานชุดที่ 2	7-9 เมษายน 2566
รีทัชและตกแต่งภาพชุดที่ 2 ให้สมบูรณ์	17-22 เมษายน 2566
นำเสนอผลงานชุดที่ 2	25 เมษายน 2566
ปริ้นท์ภาพเพื่อนำเสนอ	30 เมษายน 2566
จัดแสดงและนำเสนอภาพปริ้นท์ทั้งหมดที่ เสร็จสมบูรณ์	2 พฤษภาคม 2566
ส่งภาคนิพนธ์แบบรวมเล่ม Thesis book	16 พฤษภาคม 2566

3.3.3.อุปกรณ์ในการทำงาน

1. กล้องดิจิทัล Canon EOS 6D
2. เลนส์ Canon 24-70 F/4
3. ไฟแฟลชสตูดิโอ
4. Softbox
5. โคม
6. C-stand
7. โฟม
8. Snood

3.3.4.งบประมาณ

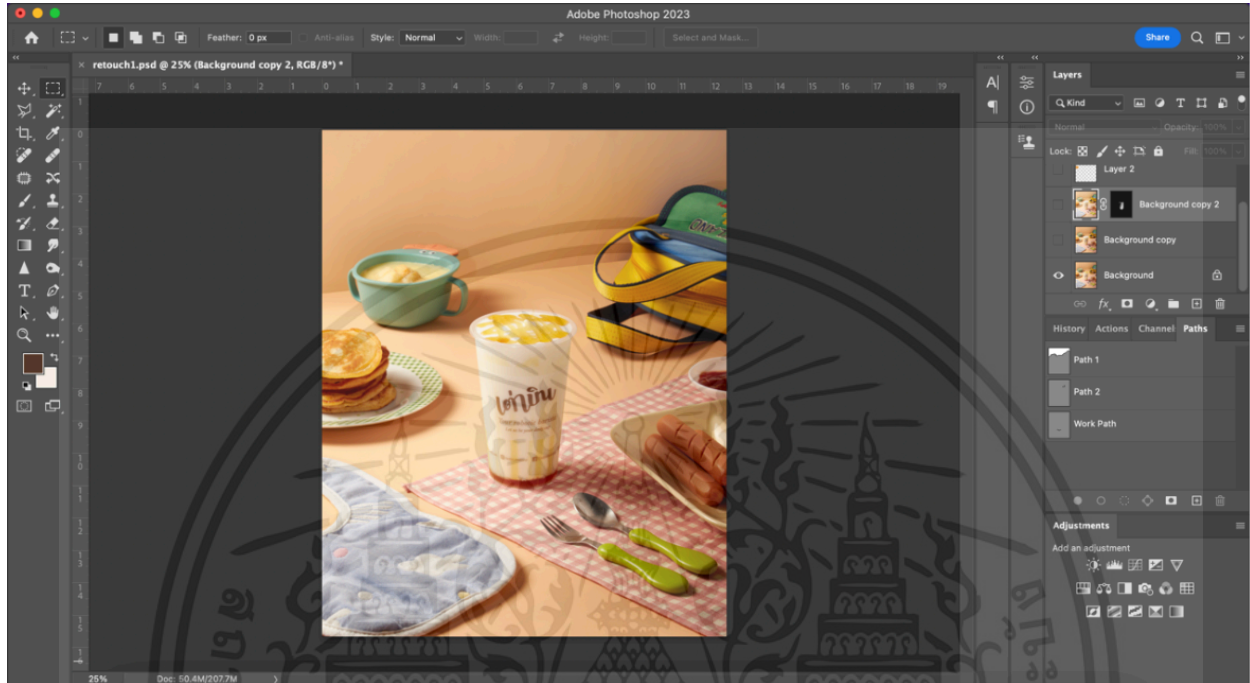
Props และอุปกรณ์ในการจัด Styling	13,000 บาท
ค่าอาหารและสวัสดิการกอง	1,000 บาท
อัดรูปและแม่ทึบกรอบ	7,000 บาท
รวม	21,000 บาท

3.4.การปรับแต่งภาพ

มีการปรับต่างโทนสีของภาพให้เข้ากับช่วงเวลานั้นๆ ในส่วนของการรีทัชภาพใช้เทคนิคการ Stack ภาพ เพื่อให้ส่วนที่ต้องการชัดขึ้นและรีทัชในส่วนต่างๆที่ไม่เรียบร้อยเช่น ฉากหลังที่ไม่เรียบ ตัวน้ำในส่วนที่ไม่เรียบร้อยและตัวpropที่อาจจะมียอยต่างๆออกไปเพื่อให้ภาพมีความสมบูรณ์

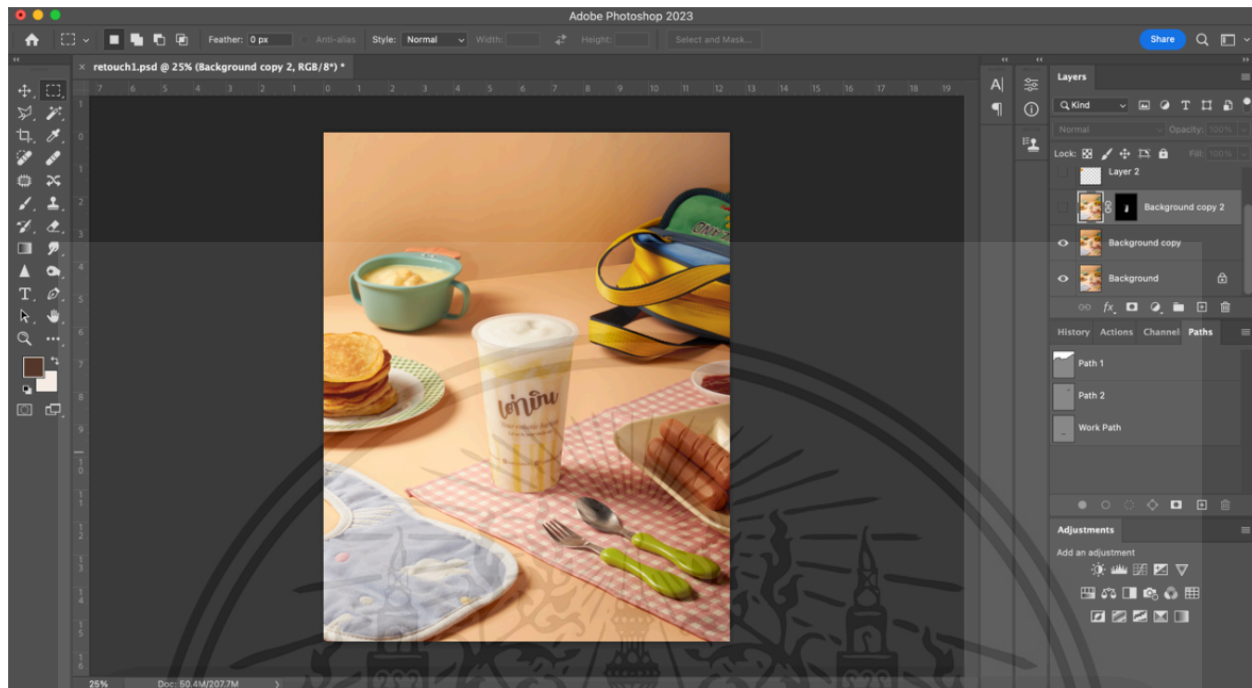
ตัวอย่างการแก้ไขรูปภาพ

1.เปิดภาพบนโปรแกรม Photoshop



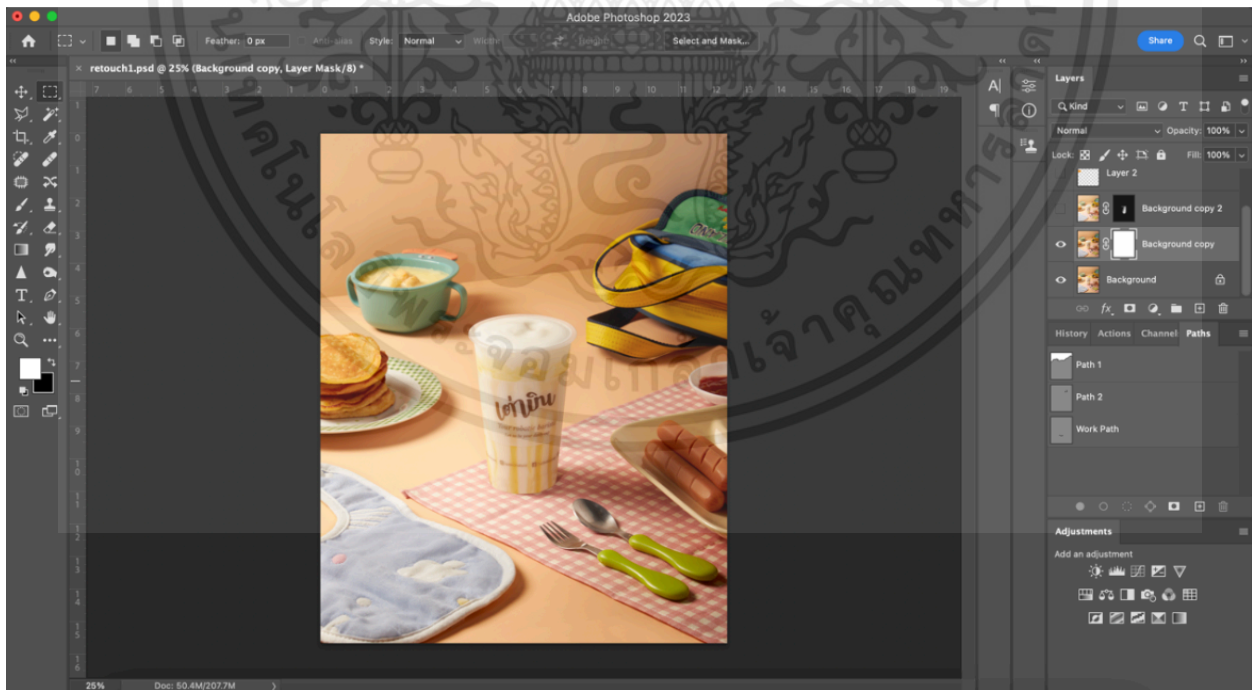
ภาพที่ 60 เปิดภาพบนโปรแกรม Photoshop

2.เปิดภาพที่ต้องการจะ Stack ขึ้นมา



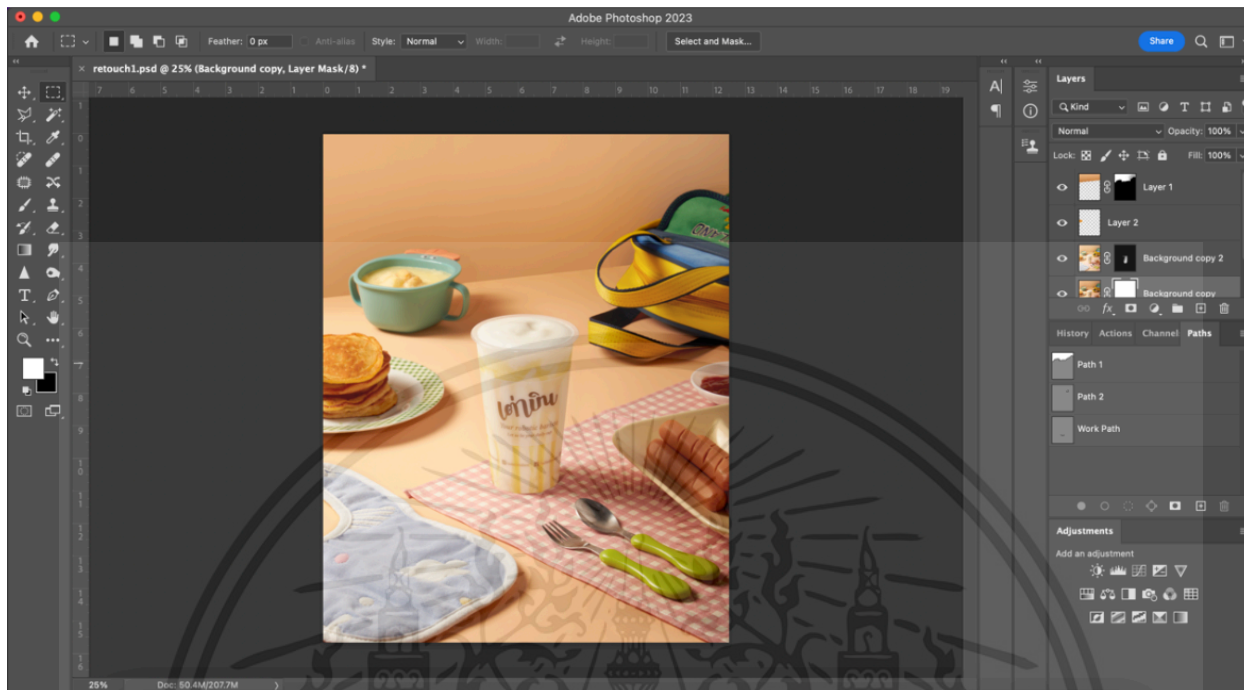
ภาพที่ 61 เปิดภาพที่ต้องการจะ Stack ขึ้นมา

3.กดเครื่องมือ Add vector mask



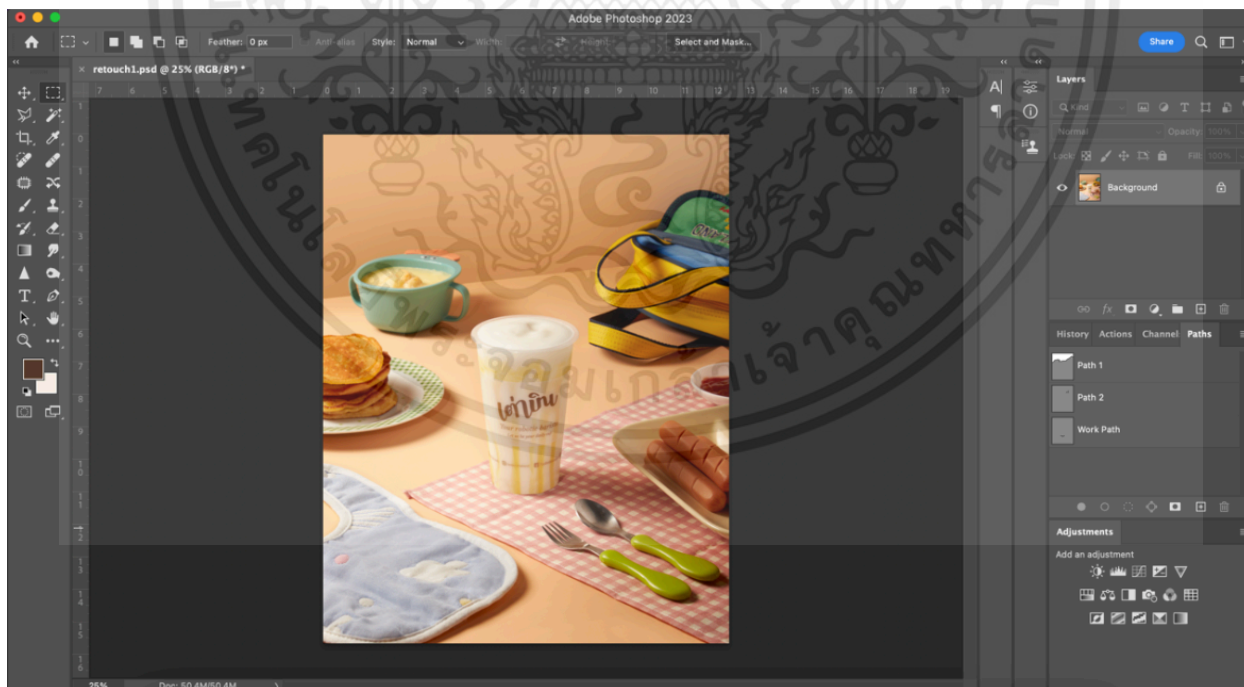
ภาพที่ 62 กดเครื่องมือ Add vector mask

4. ใช้ **Brush** tool เลือทางเฉพาะตรงที่ต้องการบน Layer mask



ภาพที่ 63 ใช้ **Brush** tool เลือทางเฉพาะตรงที่ต้องการบน Layer mask

5. กด **Command+Shift+E**



ภาพที่ 64 กด **Command+Shift+E**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4 ผลงานจริง

4.1.ภาพจริง



ภาพที่ 65
ช่วงเวลาเช้า วัยเด็ก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 66

ช่วงเวลากลางวัน วัยเด็ก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 67
ช่วงเวลาเย็น วัยเด็ก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 68
ช่วงเวลากลางคืน วัยเด็ก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 69
ช่วงเวลาเช้า วัยรุ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 70
ช่วงเวลากลางวัน วิทยาลัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 71

ช่วงเวลาเย็น วัยรุ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 72
ช่วงเวลากลางคืน วิทยาลัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 73
ช่วงเวลาเช้า วิทยาลัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 74

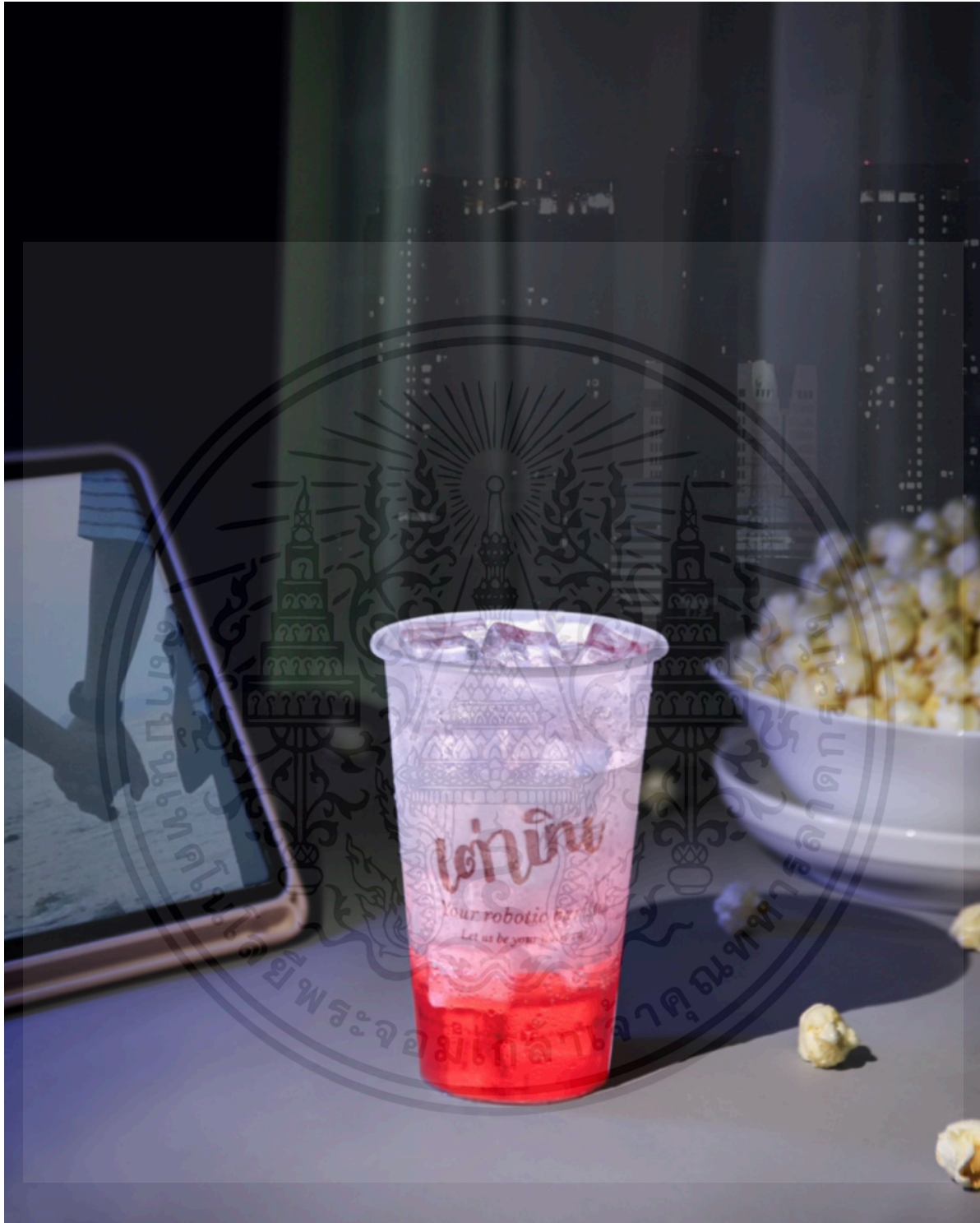
ช่วงเวลากลางวัน วิทยาลัยทำงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 75
ช่วงเวลาเย็น วิทยาลัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 76

ช่วงเวลากลางคืน วิทยาลัยทำงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 77
ช่วงเวลาเช้า วัยกลางคน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 78

ช่วงเวลากลางวัน วัยกลางคน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 79
ช่วงเวลาเย็น วัยกลางคน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 80

ช่วงเวลากลางคืน วัยกลางคน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.การใช้ภาพในสื่อโฆษณา



ภาพที่ 81
ช่วงเวลาเช้า วัยเด็ก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 82

ช่วงเวลากลางวัน วัยเด็ก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า56
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 83

ช่วงเวลาเย็น วัยเด็ก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 84

ช่วงเวลากลางคืน วัยเด็ก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 85

ช่วงเวลาเช้า วัยรุ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า 59
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 86
ช่วงเวลากลางวัน วิทยาลัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 87

ช่วงเวลาเย็น วัยรุ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

น้ำเต่าบินอยู่กับคุณตลอดเวลา -GOOD NIGHT-



ภาพที่ 88

ช่วงเวลากลางคืน วิทยาลัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ในเช้าบิฮออยู่กับคุณทุกเวลา
-GOOD MORNING-



ภาพที่ 89

ช่วงเวลาเช้า วิทยาลัยทำงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 90

ช่วงเวลากลางวัน วิทยาลัยทำงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 91

ช่วงเวลาเย็น วิทยาลัยทำงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 92

ช่วงเวลากลางคืน วิทยาลัยทำงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 93

ช่วงเวลาเช้า วัยกลางคน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 94

ช่วงเวลากลางวัน วัยกลางคน

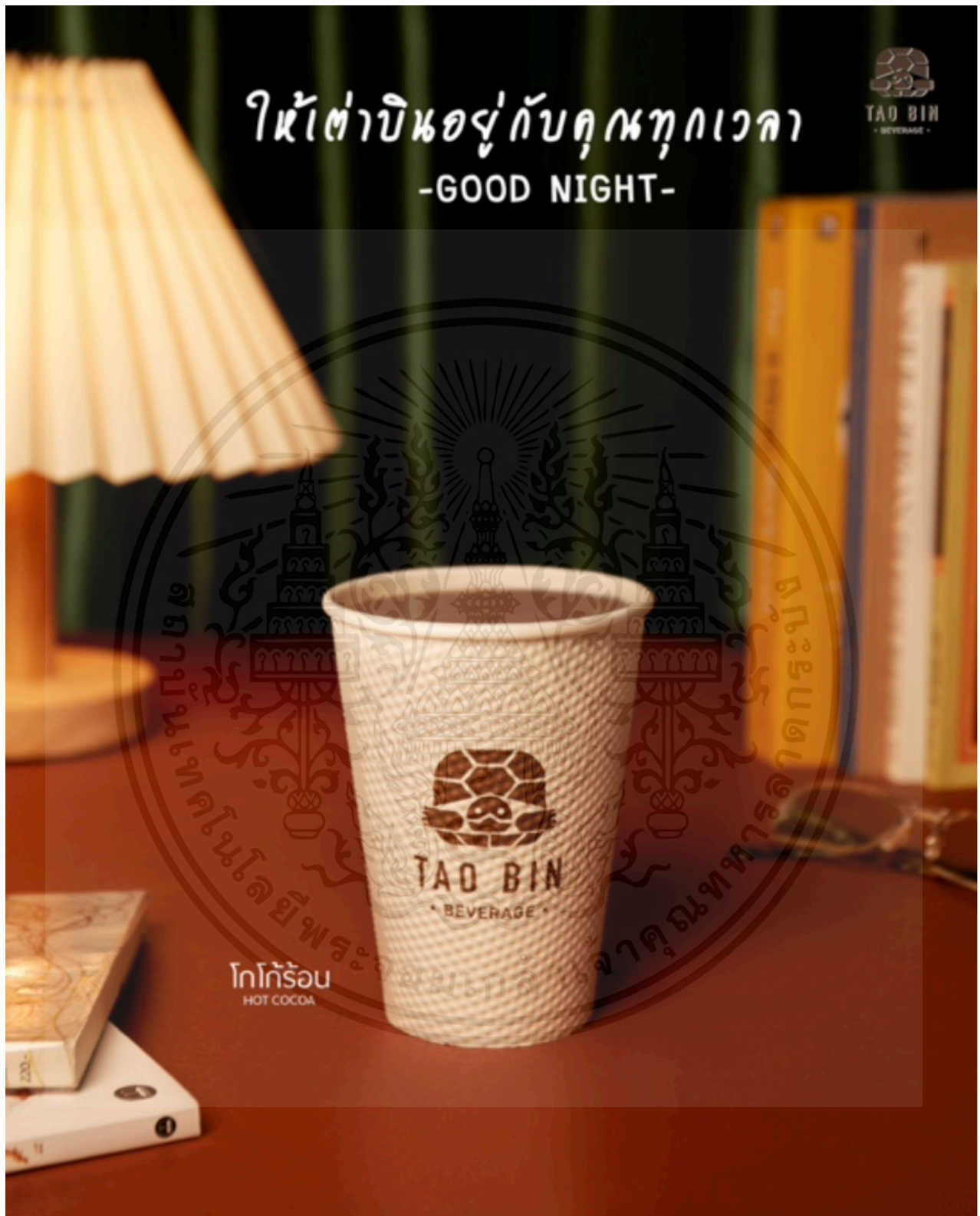
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 95

ช่วงเวลาเย็น วิทยกลางคน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า⁶⁹ ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 96

ช่วงเวลากลางคืน วัยกลางคน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

บทสรุป

5.1.สรุปผลการทำงาน

ผลงานที่ออกมาเป็นที่น่าพึงพอใจ ข้าพเจ้ารู้สึกชื่นชอบในผลงานของตนเองเป็นอย่างมากเนื่องจากทุกภาพเป็นไปตามที่ข้าพเจ้าตั้งใจไว้ แม้ภาพรวมของภาพถ่ายทั้ง 2 ชุดอาจจะยังไม่เข้ากัน แต่ก็ยังรู้สึกพึงพอใจมากที่สุด

5.2.ปัญหาในการทำงานและวิธีการแก้ไข

1. การจัดแสงบางภาพไม่ได้สื่อถึงช่วงเวลานั้นๆ ทำให้มองไม่ออกว่าเป็นช่วงเวลาไหน

วิธีแก้ปัญหา : ปรับภาพด้วย Lightroom เพื่อให้ภาพดูเป็นช่วงเวลานั้นๆมากขึ้น

2. ไฟล์ภาพชุดที่ 2 หายทั้งหมด แต่ข้าพเจ้าได้มีการสำรองไฟล์ไว้ทั้งหมด 6 ภาพ ทำให้ภาพหายหมด 2 ภาพ

วิธีแก้ปัญหา : เมื่อรู้ว่าไฟล์หายก็เตรียมตัวถ่ายภาพอีกรอบหนึ่งให้เร็วที่สุดและรีบแต่งภาพให้เสร็จตรงตามเวลาที่กำหนด

5.3.ข้อเสนอแนะ

ได้รับคำแนะนำเรื่องกระบวนการคิดงาน ควรคิดให้นอกกรอบกว่านี้โดยการมองแบรนต์โดยรวมแล้วเลือกหยิบจากสิ่งที่น่าสนใจในตัวแบรนต์ แทนที่จะติดภาพเดิมๆ และยึดตามreference ที่ตนเองคิดไว้ และเรื่องการจัด Styling ควรศึกษาผู้คนในแต่ละช่วงวัยแต่ละอาชีพ เพื่อนำมาจัดการpropให้ดูมีความเข้ากันมากขึ้น

5.4.ประโยชน์ที่ได้รับ

ได้ศึกษาและเรียนรู้การจัดองค์ประกอบของภาพ การจัดแสง และวางแผนก่อนการทำงาน ให้สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ และได้ศึกษาการแก้ไขปัญหาต่างๆหน้างานตั้งแต่ปัญหาเล็กจนถึงปัญหาใหญ่

บรรณานุกรม

Capitalread.co(2022) ข้อมูลแบรนด์เต่าบิน เข้าถึงได้จาก

: <https://capitalread.co/taobin/>

Forth.co.th(2023) ข้อมูลทางการตลาดเต่าบิน เข้าถึงได้จาก

: <https://www.forth.co.th/elementor-11593-2-2-12-3-2-3-2-3/>

Brandbuffet.tn.th(2018) ข้อมูลทางการตลาด All café เข้าถึงได้จาก

: <https://www.brandbuffet.in.th/2018/12/cp-all-cafe-caffe-muanchon/>



