

การถ่ายภาพโฆษณา เรื่อง “ ลลิล ”
ADVERTISING PHOTOGRPHY TITLED “ LALIL ”



ศิลปนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาการถ่ายภาพ ภาควิชานิเทศศิลป์
คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2565

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การถ่ายภาพโฆษณา เรื่อง “ ลลิล ”
ADVERTISING PHOTOGRPHY TITLED “ LALIL ”



ศิลปนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาการถ่ายภาพ ภาควิชานิเทศศิลป์
คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2565

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์ การถ่ายภาพโฆษณา เรื่อง “ ลลิล ”
ADVERTISING PHOTOGRAPHT TITLED “ LALIL ”
นักศึกษา นางสาวชุตินา ธีระพงษ์
รหัสประจำตัว 62020344
หลักสูตร ศิลปกรรมศาสตร์บัณฑิต
สาขาวิชา การถ่ายภาพ
ภาควิชา นิเทศศิลป์
คณะ สถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ
ปีการศึกษา 2565
อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร. กิตติชัย เกษมศานต์

บทคัดย่อ

ศิลปนิพนธ์ชุดนี้เกิดจากความตั้งใจของข้าพเจ้าที่อยากจะนำเสนอผลงานภาพถ่ายโฆษณาเป็นผลงานสุดท้ายในการเรียนมหาวิทยาลัย เนื่องจากข้าพเจ้ามีความสนใจเกี่ยวกับการถ่ายภาพโฆษณา ข้าพเจ้าจึงหยิบยกความตั้งใจตรงนี้มาทำเป็นศิลปนิพนธ์และคิดว่าผลงานชุดนี้จะสามารถต่อยอดให้ข้าพเจ้าในการทำงานจริงได้อีกหลากหลายทาง เนื่องจากภาพถ่ายโฆษณายเป็นประเภทภาพถ่ายที่สามารถนำไปใช้สร้างรายได้ได้คล่องตัวและต่อยอดกับธุรกิจที่บ้านของข้าพเจ้าที่สุดข้าพเจ้าจึงได้เริ่ม ทำการศึกษาหาข้อมูลและติดต่อกับแบรนด์ดำเนินการวางแผนขั้นตอนการถ่ายทำและถ่ายทำออกมาได้สำเร็จในที่สุด

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้ประกอบไปด้วยภาพถ่ายโฆษณา จำนวน 16 ภาพ ขนาด 16:20 และขั้นตอนกระบวนการต่างๆ ในการถ่ายภาพซึ่งจะทำให้รู้ ตั้งแต่แรกเริ่มข้อมูลกระบวนการถ่าย และบทสรุปจากการสร้างสรรค์ผล งานชุดนี้

ข้าพเจ้าหวังว่าศิลปนิพนธ์ฉบับนี้จะมีประโยชน์ต่อผู้อื่นในอนาคต เช่น การเรียนรู้เทคนิคในการถ่ายภาพหรือข้อมูลนำเสนอแนะรวมถึงข้อ ผิดพลาดที่เกิดขึ้นกับข้าพเจ้าเพื่อให้ผู้ที่สนใจที่จะศึกษาได้รับข้อมูลที่ คาดว่าจะเป็นประโยชน์ต่อตัวผู้ศึกษาไม่มากนัก

กิตติกรรมประกาศ

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีข้าพเจ้าขอขอบพระคุณผู้ครอบครัวที่ คอยช่วยเหลือ สนับสนุน ดิชม ให้กำลังใจ และชี้แนะแนวทางให้กับข้าพเจ้าในการ สร้างสรรค์ผลงานชิ้นนี้

ขอขอบพระคุณครอบครัวของข้าพเจ้าที่คอยสนับสนุนในเรื่องของการศึกษาเป็นอย่างดี ทั้งเรื่องของการเงิน กำลังใจ และเรื่องอื่นๆ อีกมากมายนับไม่ถ้วน

ขอขอบพระคุณรศ.ดร.กิตติชัย เกษมศานต์ ผู้เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์ในครั้งนี้ของข้าพเจ้าที่ คอยช่วยเหลือชี้แนะแนวทางให้กำลังใจ และให้คำแนะนำที่ดีแก่ข้าพเจ้า และขอบพระคุณที่เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผลงานชิ้นนี้ประสบความสำเร็จ

ขอขอบพระคุณอาจารย์สาขาวิชาการถ่ายภาพทุกๆ ท่านที่คอยช่วยเหลือชี้แนะแนวทางและให้ คำปรึกษาในเรื่องของการทำงานแก่ข้าพเจ้ามาโดยตลอด

ขอขอบพระคุณเพื่อนๆ ของข้าพเจ้าที่คอยช่วยเหลือให้คำแนะนำแก่ข้าพเจ้า

และสุดท้ายขอขอบพระคุณตัวข้าพเจ้าเองที่เรียนรู้และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาของการทำงานให้ผ่านลุล่วงไปได้ด้วยดี

ชุตินา ธีระพงษ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
สารบัญ.....	ค
สารบัญภาพ.....	ง
บทที่ 1 บทนำ 1	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	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 ปัญหาที่คาดว่าจะเกิดขึ้น และ วิธีแก้ไขปัญหา.....	2
บทที่ 2 ข้อมูลในการสร้างสรรค์ผลงาน	
2.1 ข้อมูลองค์กร.....	3
2.2 ตัวอย่างโฆษณา.....	4
2.2.1 ตัวอย่างโฆษณาปี 2017.....	4
2.2.2 ตัวอย่างโฆษณาปี 2018.....	4
2.2.3 ตัวอย่างโฆษณาปี 2019.....	5
2.2.4 ตัวอย่างโฆษณาปี 2020.....	5
2.2.5 ตัวอย่างโฆษณาปี 2021.....	5
2.2.6 ตัวอย่างโฆษณาปี 2022.....	6
2.2.6 ตัวอย่างโฆษณาปี 2023.....	6
2.3 SWOT.....	6
2.3.1 Strengths จุดแข็ง.....	6
2.3.2 Weakness จุดด้อย.....	6
2.3.3 Opportunities โอกาส.....	7
2.3.4 Threats อุปสรรค.....	7
2.4 4PS.....	7
2.4.1 Product.....	7
2.4.2 Price.....	7
2.4.3 Place.....	7
2.4.4 Promotion.....	7
2.5 แปรนด์คู่แข่ง.....	7
2.3.1 Organicsbuddy.....	7
2.3.2 Shan.....	8
2.3.3 HARNN.....	9
2.3.4 SKIN SYRUP.....	10
2.6 การวิเคราะห์ภาพถ่ายโฆษณาผลิตภัณฑ์ดูแลผิวกาย.....	12

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.7 ช่วงภาพที่นำมาศึกษา.....	13
2.7.1 พัดชา กิจชัยเจริญ.....	13
2.7.2 นรภัทร ศักดิ์อาทรทรัพย์.....	13
2.7.3 Joyce Tenneson.....	14
บทที่ 3 ขั้นตอนการสร้างสรรค์ผลงาน	
3.1 ผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้.....	15
3.1.1 เจลอาบหน้า.....	15
3.1.2 สครับผิว.....	15
3.1.3 โฟมล้างหน้า.....	16
3.1.4 ครีมทาผิว.....	16
3.1.5 ครีมบำรุงผิวมือ.....	16
3.1.6 ครีมบำรุงเท้า.....	17
3.2 ภาพร่าง.....	17
3.1.1 ของขวัญ.....	17
3.1.2 ความผ่อนคลายจากธรรมชาติ.....	21
3.3 Lighting Diagram.....	25
3.4 ขั้นตอนการทำงาน.....	26
3.5 ตารางการทำงาน.....	26
3.3 อุปกรณ์การทำงาน.....	27
3.4 งบประมาณ.....	27
3.5 รูปแบบการนำเสนอ.....	27
บทที่ 4 ผลงานจริง	
4.1 ภาพจริง.....	28
4.2 โปสเตอร์.....	44
4.3 รูปแบบการจัดแสดงผลงาน.....	45
4.4 ภาพเบื้องหลัง.....	45
บทที่ 5 บทสรุป	
5.1 สรุปผลการทำงาน.....	46
5.2 ปัญหาในการทำงานและวิธีแก้ไข.....	46
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	46
5.4 ประโยชน์ที่ได้รับ.....	46
บรรณานุกรม.....	47
ประวัติผู้เขียน.....	48

สารบัญรูป

รูปที่	หน้า
01-28 ภาพถ่ายโฆษณาแบรนด์ LALIL ปี 2017-2023.....	4
29-34 ผลิตภัณฑ์และภาพถ่ายโฆษณาของแบรนด์ Organicsbuddy.....	8
35-40 ผลิตภัณฑ์และภาพถ่ายโฆษณาของแบรนด์ Shan.....	9
31-46 ผลิตภัณฑ์และภาพถ่ายโฆษณาของแบรนด์ HARNN.....	10
47-52 ผลิตภัณฑ์และภาพถ่ายโฆษณาของแบรนด์ SKIN SYRUP.....	11
53-58 ตัวอย่างภาพโฆษณาผลิตภัณฑ์ดูแลผิวกาย.....	12
59-61 ผลงานของ พัดชา กิจชัยเจริญ.....	13
62-66 ผลงานของ นรภัทร ศักดิ์อารทรทรัพย์.....	14
67-69 ผลงานของ Joyce Tenneson.....	14
70-91 ผลิตภัณฑ์.....	15
92-107 ภาพร่าง Sketch.....	18
108-109 Lighting Diagram.....	26
110-125 ผลงานจริงภาพที่ 1-16	28
126-128 โปสเตอร์.....	44
129-130 รูปแบบการจัดแสดงผลงาน.....	45
131-132 ภาพเบื้องหลัง.....	45

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของโครงการ

ข้าพเจ้าสนใจสินค้าดูแลผิวกายของแบรนด์ลิลลี่ เนื่องจากกลิ่นที่ดึงดูดสร้างความผ่อนคลายของความหอมที่มาจากธรรมชาติ และ ข้าพเจ้าเชื่อว่ากลิ่นหอมจากธรรมชาติสามารถสร้างความผ่อนคลายได้ดีกว่า น้ำหอมสังเคราะห์นอกจากนี้ข้าพเจ้าให้ความสำคัญกับเรื่องกลิ่นและความรู้สึก เนื่องจากข้าพเจ้าเชื่อว่า กลิ่นที่ผ่อนคลายจะสร้างความรู้สึกปลอดภัยทำให้สมองปลอดโปร่งสามารถสร้างแรงบันดาลใจและแรงผลักดันในการทำสิ่งต่างๆ มากมาย อีกสาเหตุที่ข้าพเจ้าเลือกแบรนด์ลิลลี่ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่อ่อนโยนเหมาะกับทุกเพศ ทุกวัยและยังสามารถใช้ได้ทุกวันจึงเป็นสิ่งของที่ดีในการมอบให้เป็นของขวัญให้กับผู้อื่น

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อศึกษาการถ่ายภาพโฆษณาสินค้าประเภทดูแลผิวกาย

1.2.2 เพื่อศึกษาชุดภาพถ่ายโฆษณาผลิตภัณฑ์ดูแลผิวกายจากตัวอย่างแบรนด์ที่น่าเชื่อถือ

1.3 แนวความคิด

ส่งต่อความหอมความผ่อนคลายจากธรรมชาติคือของขวัญสำหรับทุกคน

1.4 แรงบันดาลใจ

เนื่องจากส่วนตัวข้าพเจ้าให้ความสำคัญกับเรื่องกลิ่นและความรู้สึก เพราะ เชื่อว่ากลิ่นที่หอมนั้นสามารถสร้างความผ่อนคลายและความทรงจำที่ดีได้

1.5 รายละเอียดทางเทคนิค

ภาพถ่ายโฆษณา จำนวน 16 ภาพ

1.6 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 1.6.1 ศึกษาข้อมูลการตลาดของแบรนด์ลิลิเพื่อนำมาพัฒนาเป็นภาพถ่ายโฆษณา
- 1.6.2 ศึกษางานช่างภาพที่มีแนวทางเดียวกับงานที่จะทำ
- 1.6.3 Sketch ร่างภาพและนำไปปรับปรุงให้เหมาะสม

1.7 คุณค่าของผลงาน

เรียนรู้และพัฒนาการทำงานโฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ดูแลผิวกาย และการถ่ายภาพหุ่นนิ่ง

1.8 ปัญหาที่คาดว่าจะเกิดขึ้น และ วิธีแก้ไขปัญหา

ในงานมีการแบ่งงานเป็น 2 เซ็ตทำให้ดูแตกต่างกันอย่างมาก นอกจากนี้ยังมีเรื่องการใช้พร็อพที่ใกล้เคียงกันทำให้ภาพอาจจะดูซ้ำๆ



บทที่ 2

ข้อมูลในการสร้างสรรค์ผลงาน

2.1 ข้อมูลองค์กร

จากวันที่ 27 มกราคม ได้มีโอกาสสัมภาษณ์ คุณ ปภาวรินทร์ ศิริรักษ์ (ฟ้า) Marketing ของแบรนด์ Lalil ในหัวข้อเรื่องกลุ่มลูกค้าที่เข้ามา ใช้บริการทางออนไลน์และสาขาหน้าร้าน นอกจากนี้ฟ้ายังได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์ Lalil ซึ่งแบรนด์ลิลเป็นหนึ่งในเครือข่ายของ บริษัท SSUP Group ซึ่ง Lalil ก่อตั้งเมื่อปี 2017 เป็นแบรนด์สปาที่เกิดจาก ความปรารถนาที่จะสร้าง " ของขวัญสำหรับผู้คนยุคใหม่ทุกคน " ของขวัญที่ช่วยให้ตัวเองและผ่อนคลายหลังจากใช้ชีวิตอย่างเต็มที่มาทั้งวันเรารู้ว่าในปัจจุบันทุกคนมีวิจรรย์ โดยเลือกเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุดเพื่อให้เหมาะกับไลฟ์สไตล์ของตนโดยไม่กระทบต่อสุขภาพพวกเขา และเรายังใส่ใจสิ่งแวดล้อมรวมทั้งกังวลเกี่ยวกับสวัสดิภาพสัตว์ทางเราตระหนักถึงอันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากสารเคมีบางชนิดที่ใช้ในผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคลทั่วไป และต้องการหาทางเลือกอื่นที่ทำงานได้ดีโดยไม่มีส่วนผสมที่เป็นที่ถกเถียงกันดังนั้นภารกิจของเราคือการจัดหาส่วนผสมจากธรรมชาติที่ดีที่สุดที่เชื่อถือได้และปราศจากความโหดร้ายและเพื่อกำหนดผลิตภัณฑ์ที่อ่อนโยนมีประสิทธิภาพและปราศจากสารเคมีที่อาจเป็นอันตรายทั้งหมดหลังจากหลายปีของการใช้หัวใจและความคิดของเราในการสร้างของขวัญพิเศษนี้เราภูมิใจที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคลและอโรมาเทอราพี นอกจากนี้ลิลยังผลิตจากธรรมชาติที่ปรนเปรอประสาทสัมผัส ในขณะที่ให้ผลลัพธ์ที่เหนือกว่าเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์สังเคราะห์ทั่วไปนอกจากนี้ลิลยังใช้น้ำมันหอมระเหยที่เป็นธรรมชาติในทุกผลิตภัณฑ์เพราะเราเชื่อในพลังการรักษาและฟื้นฟูของอโรมาเทอราพีการหายใจเอากลิ่นหอมของผลิตภัณฑ์ลิลที่จะช่วยยกระดับอารมณ์และปลดปล่อยจิตวิญญาณของคุณในขณะที่ทำให้ผมและผิวหนังของคุณสวยงามเราหวังว่าผลิตภัณฑ์ลิลจะเป็นของขวัญที่ทำให้ทุกคนเริ่มต้นในแต่ละวันด้วยพลังบวกและรอยยิ้มกว้างของขวัญที่ทำให้จิตวิญญาณสงบเพื่อให้พวกเขาสบายใจในตอนท้ายของวันและจิตใจสงบสิ่งสำคัญที่สุด คือ ลิลปรารถนาที่จะเป็นของขวัญที่เติมพลังและส่งเสริมให้ทุกคนออกเดินทางและใช้ชีวิตที่พวกเขารัก

2.2 ตัวอย่างภาพถ่ายโฆษณา

ปี 2017 ของแบรนด์ Lalil



รูปที่ 1



รูปที่ 2



รูปที่ 3



รูปที่ 4

ที่มา www.facebook.com/lalilofficial

ปี 2018 ของแบรนด์ Lalil



รูปที่ 5



รูปที่ 6



รูปที่ 7



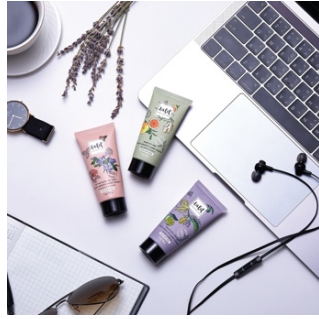
รูปที่ 8

ที่มา www.facebook.com/lalilofficial

ปี 2019 ของแบรนด์ Lalil



รูปที่ 9



รูปที่ 10



รูปที่ 11



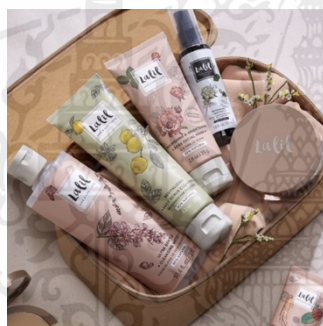
รูปที่ 12

ที่มา www.facebook.com/lalilofficial

ปี 2020 ของแบรนด์ Lalil



รูปที่ 13



รูปที่ 14



รูปที่ 15



รูปที่ 16

ที่มา www.facebook.com/lalilofficial

ปี 2021 ของแบรนด์ Lalil



รูปที่ 17



รูปที่ 18



รูปที่ 19



รูปที่ 20

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่มา www.facebook.com/lalilofficial

ปี 2022 ของแบรนด์ Lalil



รูปที่ 21



รูปที่ 22



รูปที่ 23



รูปที่ 24

ที่มา www.facebook.com/lalilofficial

ปี 2023 ของแบรนด์ Lalil



รูปที่ 25



รูปที่ 26



รูปที่ 27



รูปที่ 28

ที่มา www.facebook.com/lalilofficial

2.3 SWOT

Strengths (จุดแข็ง) : การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่น่ารักทำให้เป็นที่สนใจทำให้ดูน่าดึงดูดและชวนซื้อมากขึ้นมีส่วนผสมในสินค้าและกลิ่นให้เลือกหลากหลายนอกจากนี้ปริมาณและราคาเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Weakness (จุดด้อย) : การดูการรับรองต่าง ๆ จากหน้าเว็บได้ยากกว่าแบรนด์คู่แข่ง

Opportunities (โอกาส) : เนื่องจากสินค้ามีการรับรองวัลชีวิตทำให้เป็นที่รู้จักและดึงดูดกลุ่มเป้าหมายมากขึ้นทำให้เพิ่มโอกาสในการซื้อสินค้าโดยไม่ลังเล

Threats (อุปสรรค) : เนื่องจากในตอนนี้มีคู่แข่งทางการตลาดค่อนข้างเยอะทั้งด้านราคาและคุณภาพ

2.4 4PS

Product : สินค้าของทางแบรนด์ลิลเป็นสินค้าเกี่ยวกับสปาซึ่งทางแบรนด์นั้นวางจำหน่ายในราคาที่คนไทยสามารถจับต้องได้ และมีบรรจุภัณฑ์ที่น่ารักทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้หลายช่วงอายุ ตั้งแต่วัยรุ่น – วัยกลางคน

Price : ราคาของแบรนด์ลิลเริ่มต้นที่ 216 – 621 บาททำมาเพื่อนักเรียน – นักศึกษาที่ยังไม่มีรายได้เป็นของตนเองนั้นสามารถซื้อได้นอกจากนี้ลูกค้ากลุ่มหลักคือกลุ่มลูกค้าช่วงวัยทำงาน ช่วงอายุ 25 – 35 ปี

Place : ช่องทางการขายจะแบ่งเป็น 2 ช่องทาง คือ ช่องทางออนไลน์ และ สาขาหน้าร้าน

Promotion : มีการประชาสัมพันธ์ในช่องทางออนไลน์เป็นส่วนใหญ่ เพื่อเพิ่มฐานลูกค้าในช่วงอายุ 20 ปี นอกจากนี้ยังมีการจัดโปรโมชั่นแต่ละเดือนเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าในการซื้อสินค้าที่เพิ่มมากขึ้น

2.5 แบรนด์คู่แข่ง

2.5.1 Organicsbuddy

organicsbuddy:เรามีจุดประสงค์สำคัญในการทำให้ผู้บริโภคทุกคนสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือนและผลิตภัณฑ์ดูแลผิวพรรณจากธรรมชาติได้ทุกวันเพราะเราเชื่อว่าออร์แกนิกส์ไลฟ์สไตล์ที่สมดุลย์มาคู่กับคุณภาพและความสมเหตุสมผลมุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพอ่อนโยนเข้าถึงได้ง่ายและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ราคา325-1080บาท (www.organicsbuddy.com/)



รูปที่ 29



รูปที่ 30



รูปที่ 31

ที่มา www.organicsbuddy.com/

ตัวอย่างภาพถ่ายโฆษณา



รูปที่ 32



รูปที่ 33



รูปที่ 34

ที่มา www.facebook.com/organicsbuddy.official/photos

2.5.2 Shan

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Shan (ฉัน) : เป็นแบรนด์ที่เกิดจากความรัก ความใส่ใจ เมื่อคนในครอบครัวของเราต้องเสี่ยงการให้ สารเคมี โดนร่างกายจึงพยายามหาสินค้าที่ทำจาก วัตถุดิบธรรมชาติมาใช้ยิ่งศึกษา ยิ่งสนใจยิ่งเห็นใน ‘ ความมหัศจรรย์ ของธรรมชาติ ’ จนในที่สุดอยากลองทำผลิตภัณฑ์ดูแลผิวที่มีส่วนผสม 95 -100% มาจากธรรมชาติไม่มีสาร เคมีอันตราย ‘ ฉัน ’ ต้องทำความสะอาดผิว ได้อย่างปลอดภัยแบบไม่มีสาร SLS , Mineral Oil , Paraben พร้อมให้ความชุ่มชื้นแก่ผิวด้วยน้ำมันสกัดจากพืชบริสุทธิ์ 100 % ราคา 95 - 1050 บาท



รูปที่ 35



รูปที่ 36



รูปที่ 37

ที่มา www.shanorganic.com (2023)

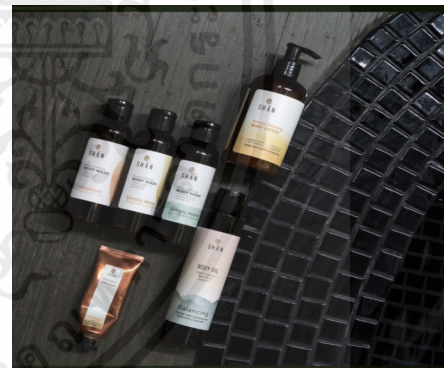
ตัวอย่างภาพถ่ายโฆษณา



รูปที่ 38



รูปที่ 39



รูปที่ 40

ที่มา www.cosmenet.in.th/community/35/36778

2.5.3 HARNN

HARNN : เกิดขึ้นจากความปรารถนาอันแรงกล้าของช่างฝีมือที่ต้องการยกระดับวิธีการดูแลตัวเองโดยสร้าง สรรค์ผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงโดยใช้ส่วนผสมจากธรรมชาติและวิธีการทำส่งจากรุ่นสู่รุ่นเราทำตั้งแต่การสร้าง สรรค์ร้านที่สร้างขึ้นโดยธรรมชาติที่ให้ความรู้สึกดีมีค่าซึ่งดึงดูดประสาทสัมผัสเราพยายามที่จะเปลี่ยน แปลงวิธีการที่ผู้คนหล่อเลี้ยงจิตใจ จิตวิญญาณ ร่างกาย ของพวกเขา ราคา 450 – 2450 บาท เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(www.harnn.com/)



รูปที่ 41



รูปที่ 42



รูปที่ 43

ที่มา (www.harnn.com/)

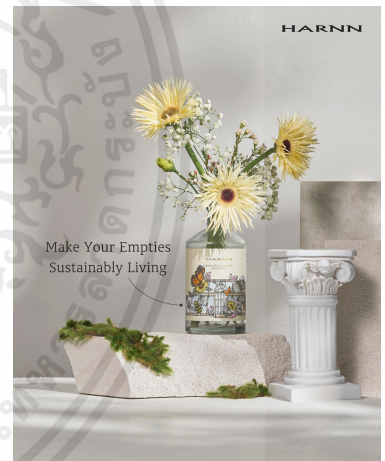
ตัวอย่างภาพถ่ายโฆษณา



รูปที่ 44



รูปที่ 45



รูปที่ 46

ที่มา (www.facebook.com/harnnth/photos/?ref=page_internal)

2.5.4 SKIN SYRUP

SKIN SYRUP : จากประสบการณ์ ความรู้ และความเชี่ยวชาญทางด้าน สมุนไพรโดยยึดหลักกาความสมดุล (หยินหยาง) ของนายแพทย์แผนไทย ผู้เชี่ยวชาญ ด้านสมุนไพร เวชกรรม และเภสัชกรรม ประกอบกับความรัก ที่ต้องการดูแลคนในครอบครัวจึงได้ริเริ่มคัดสรรสมุนไพรอย่างพิถีพิถัน และใส่ใจในการปรุงผลิตภัณฑ์เพื่อให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บุคคลอันเป็นที่รักได้รับสิ่งที่ดีที่สุด จากรุ่นพ่อ รุ่นลูกผู้ซึ่งได้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำด้วยใจและเต็มเปี่ยมไปด้วย ความใส่ใจ ราคา 350-1499 (www.skinyrup.co/en)



รูปที่ 47



รูปที่ 48



รูปที่ 49

ที่มา (www.skinyrup.co/en)

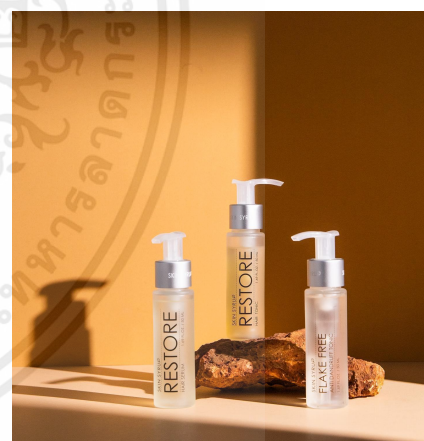
ตัวอย่างภาพถ่ายโฆษณา



รูปที่ 50



รูปที่ 51



รูปที่ 52

ที่มา (www.facebook.com/skinyrup)

2.6 การวิเคราะห์ภาพถ่ายโฆษณาผลิตภัณฑ์ดูแลผิวกาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.1 การถ่ายโฆษณาผลิตภัณฑ์ดูแลผิวกายมักจัดวางพร้อมวัตถุดิบที่นำมาเป็นส่วนผสม เช่น ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมเป็นดอกไม้ น้ำมัน รวมทั้งสมุนไพร ก็จะทำมาประกอบในรูปเพื่อให้สัมผัสถึงความสดชื่นรวมทั้งสามารถมองเห็นส่วนประกอบต่างๆ แบบเข้าใจง่าย



รูปที่ 53



รูปที่ 54



รูปที่ 55

ที่มา (www.behance.net/yubinph)

2.6.2 การถ่ายโฆษณาผลิตภัณฑ์ดูแลผิวกายที่ถ่ายร่วมกับบุคคลมักจะถ่ายออกมาในแนวโมโนโทน ให้ความรู้สึกน่าใช้ จัดวางภายในกึ่งกลางภาพทำให้ผลิตภัณฑ์โดดเด่นเพิ่มขึ้นอีกด้วย



รูปที่ 56



รูปที่ 57



รูปที่ 58

ที่มา (www.behance.net/foodography)

2.7 ช่างภาพที่นำมาศึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7.1 พัดชา กิจชัยเจริญ : เป็นช่างภาพชาวไทยจบการศึกษาระดับปริญญาตรีคณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากรจากนั้นก็ตัดสินใจไปศึกษาต่อที่ International Center of Photography ที่นิวยอร์ก โทนงานของพี่พัดชานั้นจะเป็นโตรีสที่จัดจ้าน การจัดองค์ประกอบต่าง ๆ มีความสมมาตร ตัวอย่างผลงาน



รูปที่ 59



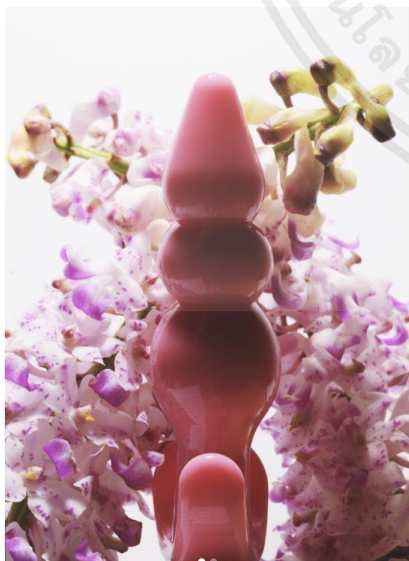
รูปที่ 50



รูปที่ 61

ที่มา www.adaymagazine.com (2023)

2.7.2 นรภัทร ศักดิ์อารุทรัพย์ : ศิลปินที่สร้างผลงานศิลปะสะท้อนอัตลักษณ์ความหลากหลายทางเพศผลงานของพี่บอลนั้นจะเป็นเรื่องของการจัดวางและการแฝงความหมายจากดอกไม้ต่าง ๆ ที่เขาได้จัดแสดงขึ้น ตัวอย่างผลงาน



รูปที่ 62



รูปที่ 63



รูปที่ 64



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อรูปที่ 65 นั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้รูปที่ 66 ในการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้ 13

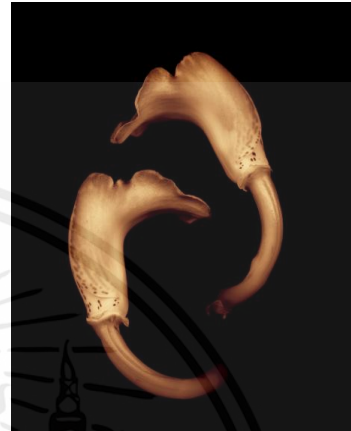
2.7.3 Joyce Tenneson : เกิดเมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม 1945) เป็น ช่างภาพ fine art ชาวอเมริกันโดยผลงานของเธอนั้นมักเป็นรูปเปลือย หรือ กึ่งเปลือย โดยแสง ที่ใช้จะเป็นแสงนุ่ม ตั้วภาพมีความพุ่ง ให้ความรู้สึก เหมือนอยู่ในฝัน (www.wikipedia.org/wiki/Joyce_Tenneson)



รูปที่ 67



รูปที่ 68



รูปที่ 69

ที่มา (www.wikipedia.org/wiki/Joyce_Tenneson)

บทที่ 3

ขั้นตอนการสร้างสรรค์ผลงาน

3.1 ผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้คือผลิตภัณฑ์ดูแลผิวกาย

3.1.1 เจลอาบน้ำ



Time To Refresh Skin Soothing Shower Gel

รูปที่ 70



Morning Call With A Shot of Espresso Shower Gel

รูปที่ 71



Keep Calm and Relax Skin Soothing Shower Gel

รูปที่ 72



Energizing Ginseng Shower Gel

รูปที่ 73



Childhood Remembrance Skin Soothing Shower Gel

รูปที่ 74



Oh Happy Day Skin Soothing Shower Gel

รูปที่ 75



Blissful Soul Skin Soothing Shower Gel

รูปที่ 76

3.1.2 สครับผิว



Tightening & Reactivating Coffee Body Scrub

รูปที่ 77



Detoxifying Ginseng Body Scrub

รูปที่ 78

3.1.3 โฟมล้างหน้า



Daily Scrub
Cleanser



Ultra Gentle
Cleansing

รูปที่ 79

รูปที่ 80

3.1.4 ครีมทาผิว



Keep Calm and Relax
Irresistible Body Soufflé

รูปที่ 81



Childhood Remembrance
Irresistible Body Soufflé

รูปที่ 82



Energizing Ginseng
Body Lotion

รูปที่ 83



Childhood Remembrance
Restorative Body Lotion

รูปที่ 84



Blissful Soul
Restorative Body Lotion

รูปที่ 85



Keep Calm and Relax
Restorative Body Lotion

รูปที่ 86

3.1.5 บำรุงผิวมือ



Vacation Time
Skily Smooth Hand Cream

รูปที่ 87



Made My Day
Skily Smooth Hand Cream

รูปที่ 88



Positive Energy
Skily Smooth Hand Cream

รูปที่ 89



In The Mood Of Love
Skily Smooth Hand Cream

รูปที่ 90

3.1.6 บำรุงผิวเท้า



Softening & Exfoliating
Foot Cream

รูปที่ 91

3.2 ขั้นตอนการสร้างภาพร่าง (Sketch)

3.2.1 ภาพของขวัญ



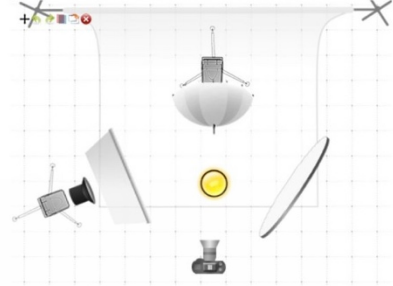
โบ, 60 บาท จากชอปปี้



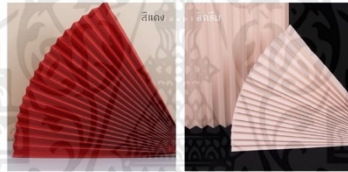
กล่องของขวัญ 20 บาท



ลูกบอลคริสต์มาสราคา 108 บาท จากชอปปี้



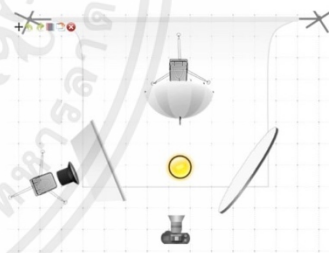
ภาพที่ 1 (รูปที่ 92)



พัดกระดาษ 20 บาทจากร้านศึกษาภัณฑ์



ที่วางสินค้า 60 บาท จากชอปปี้



ภาพที่ 2 (รูปที่ 93)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



กล่องของขวัญ 20 บาท



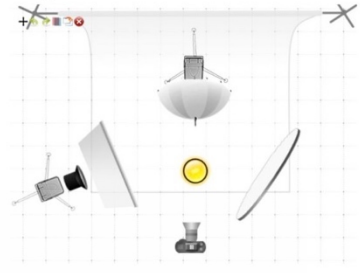
พลุ 20 บาท จากส้มเพ็ง



ลูกบอลคริสต์มาสราคา 108 บาท จากชอปบี



โน้ต 60 บาท จากชอปบี



ภาพที่ 3 (รูปที่ 94)



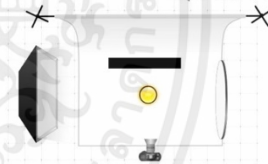
กล่องของขวัญ 20 บาท



พลุ 20 บาท จากส้มเพ็ง



โน้ต 60 บาท จากชอปบี



แสงข้าง และวางรีเฟลคซ์ฝั่งตรงข้ามแหล่งแสง มุมที่ใช้ถ่าย มุมตรง สร้างเงาเคียน ที่ฉากหลัง

ภาพที่ 4 (รูปที่ 95)



เขียนวันเกิด 40 บาท จากส้มเพ็ง



กล่องของขวัญ 20 บาท



พลุ 20 บาท จากส้มเพ็ง

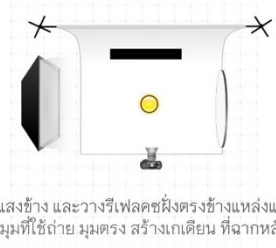


Morning Call With A Shot of Espresso Shower Gel

Lalit



Energizing Ginseng Shower Gel



แสงข้าง และวางรีเฟรชผิวดังตรงข้างแสงแสง มุมที่ใช้ถ่าย มุมตรง สร้างเกิดขึ้น ที่ฉากหลัง

ภาพที่ 5 (รูปที่ 96)



ลูกบอลคริสตมาสราคา 108 บาท จากชอปบี้



โบ 20 บาท จากชอปบี้



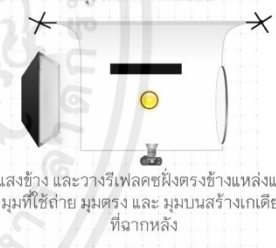
โบ 60 บาท จากชอปบี้



Time To Refresh Skin Soothing Shower Gel



Childhood Remembrance Skin Soothing Shower Gel



แสงข้าง และวางรีเฟรชผิวดังตรงข้างแสงแสง มุมที่ใช้ถ่าย มุมตรง และ มุมบนสร้างเกิดขึ้น ที่ฉากหลัง

ภาพที่ 6 (รูปที่ 97)

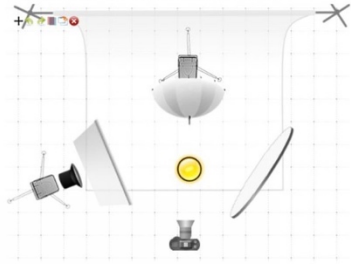


ลูกบอลคริสต์มาสราคา 108 บาท จากชอปปี

ที่วางสินค้าราคา 60 บาท สั่งจากชอปปี



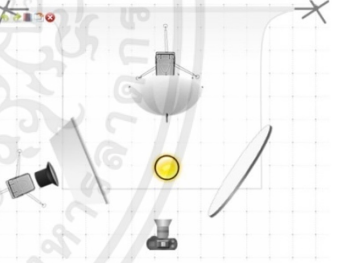
ต้นสนราคา 120 บาท จากชอปปี



ภาพที่ 7 (รูปที่ 98)



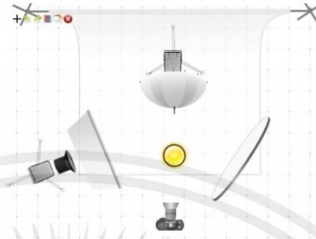
ลูกบอลคริสต์มาสราคา 108 บาท ต้นสนราคา 120 บาท สั่งจากชอปปี



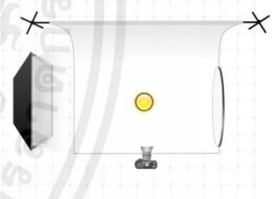
ภาพที่ 8 (รูปที่ 99)

3.2.1 ภาพความผ่อนคลายจากธรรมชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 9 (รูปที่ 100)



ภาพที่ 10 (รูปที่ 101)

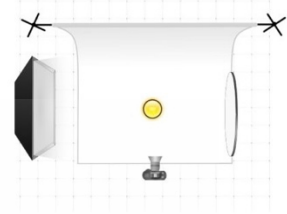
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Detoxifying Ginseng Body Scrub



Tightening & Reactivating Coffee Body Scrub



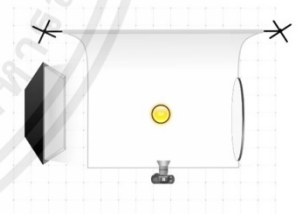
ภาพที่ 11 (รูปที่ 102)



Childhood Remembrance Restorative Body Lotion



Tightening & Reactivating Coffee Body Scrub

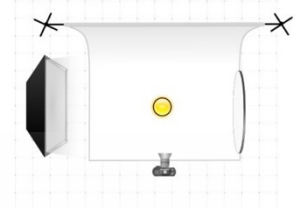


ภาพที่ 12 (รูปที่ 103)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



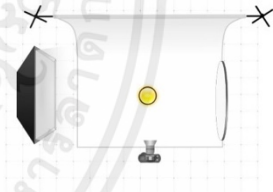
The Joyful Trio Hand Cream Set



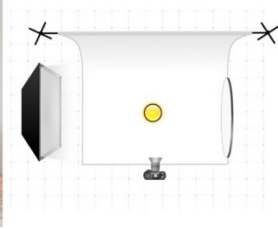
ภาพที่ 13 (รูปที่ 104)



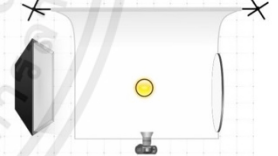
The Joyful Trio Hand Cream Set



ภาพที่ 14 (รูปที่ 105)



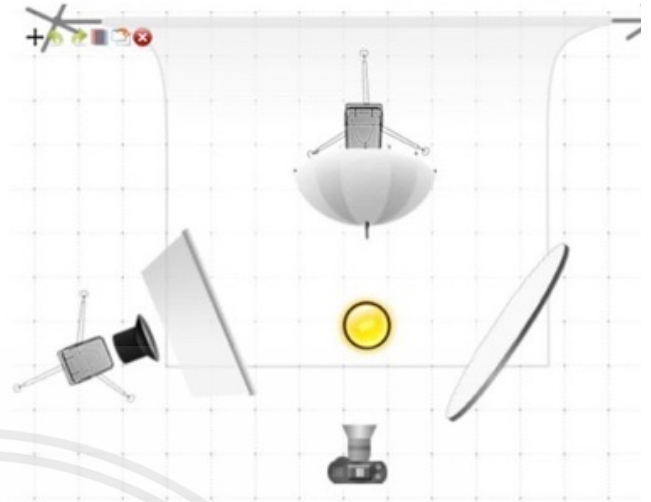
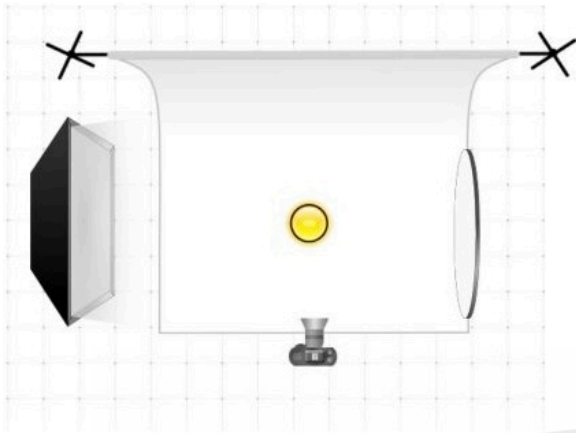
ภาพที่ 15 (รูปที่ 106)



ภาพที่ 16 (รูปที่ 107)

3.3 Lighting Diagram

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Lighting Diagram

รูปที่ 108

รูปที่ 109

3.4 ขั้นตอนการทำงาน

- 3.4.1 กำหนดหัวข้อ แนวความคิด ขอบเขตของงาน
- 3.4.2 ค้นคว้าข้อมูล ศึกษาผลงานของช่างภาพคนอื่น
- 3.4.3 ร่างภาพ และเตรียมอุปกรณ์ในการถ่ายภาพ
- 3.4.4 ถ่ายภาพและนำมาปรับแต่งภาพ

3.5 ตารางการทำงาน

24 มกราคม 2566	เสนอหัวข้อ Thesis
7-8 กุมภาพันธ์ 2566	เสนอข้อมูล Thesis
28 กุมภาพันธ์ 2566	เสนอ Preproduction Thesis พร้อม sketch ครั้งที่ 1 ส่วนแรก
7-8 มีนาคม 2566	ถ่ายภาพส่วนแรก ครั้งที่ 1
21 มีนาคม 2566	นำเสนอไฟล์งานภาพสมบูรณ์ ส่วนแรก ครั้งที่ 1
28 มีนาคม 2566	เสนอ Preproduction Thesis พร้อม sketch ครั้งที่ 2 ส่วนหลัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8-9 เมษายน 2566	ถ่ายงานส่วนหลัง ครั้งที่ 2
25 เมษายน 2566	นำเสนอไฟล์งานภาพสมบูรณ์ ส่วนหลัง ครั้งที่ 2
2 พฤษภาคม 2566	จัดแสดงและตรวจผลงานภาพถ่ายทั้ง 2 ส่วน
16 พฤษภาคม 2566	ส่งภาคินิพนธ์แบบรวมเล่ม Thesis book

3.6 อุปกรณ์การทำงาน

3.6.1 กล้องดิจิทัล Canon EOS 650D

3.6.2 เลนส์ Canon 18-55 F/8-11

3.6.3 Strip softbox

3.6.4 Square softbox

3.6.5 ถุงทราย 4

3.6.6 แผ่นรีเฟล็กซ์

3.7 งบประมาณ

ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวกาย	7,000 บาท
Props	8,000 บาท
Studio	3,000 บาท
ค่าเดินทาง และ สวัสดิการต่างๆ	4,000 บาท
อัดรูป	3,000 บาท

3.8 รูปแบบการนำเสนอ

ภาพขนาด 16x24 นิ้ว จำนวน 16 ภาพ (ภาพสี)

บทที่ 4

ผลงานจริง

4.1 ภาพจริง



ภาพที่ 1 (รูปที่ 110)



ภาพที่ 2 (รูปที่ 111)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3 (รูปที่ 112)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4 (รูปที่ 113)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้ 31



ภาพที่ 5 (รูปที่ 114)



ภาพที่ 6 (รูปที่ 115)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 7 (รูปที่ 116)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 8 (รูปที่ 117)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 9 (รูปที่ 118)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้ 36



ภาพที่ 10 (รูปที่ 119)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 11 (รูปที่ 120)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้ 38



ภาพที่ 12 (รูปที่ 121)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้ 39



ภาพที่ 13 (รูปที่ 122)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 14 (รูปที่ 123)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 15 (รูปที่ 124)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 16 (รูปที่ 125)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 โพสต์เตอร์



รูปที่ 126



รูปที่ 127



รูปที่ 128

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 รูปแบบการจัดแสดงผลงาน



รูปที่ 129



รูปที่ 130

4.4 ภาพเบื้องหลัง



รูปที่ 131



รูปที่ 132

บทที่ 5

บทสรุป

5.1 สรุปผลการทำงาน

ผลงานออกมาดีกว่าที่คิดเนื่องจากในระหว่างทำงานค่อนข้างกังวลว่ารูปจะออกมาดีหรือไม่เนื่องจากตอนรวมผลิตภัณฑ์เข้าฉากแล้วพรีพูดซ์่วนไปมา ภาพรวมดูเหมือนภาพสำหรับแคตตาล็อกมากกว่าภาพโฆษณา แต่ส่วนตัวรู้สึกพึงพอใจกับผลงานที่ออกมา

5.2 ปัญหาในการทำงานและวิธีการแก้ไข

ภาพถ่ายชุดแรกเนื่องจากพรีพในการถ่ายมีไม่มากทำให้ภาพดูขำเยอะ การจัดวางดูตั้งใจจัดมากเกินไปทำให้ภาพออกมาเหมือนภาพที่ใช้ในแคตตาล็อกมากกว่าใช้โฆษณา ส่วนในภาพชุดที่สองนั้นมีการถ่ายแก้เนื่องจากในช่วงแรกที่ถ่ายมีการติดเชื้อโควิด19 ทำให้ต้องเร่งถ่ายงานภาพจึงออกมาดูแข็งและขำมูมเยอะกว่าภาพชุดแรกทำให้ต้องถ่ายใหม่อีกรอบ ได้แก้ปัญหาตามที่ได้ปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา คือ นำไปถ่ายในสตูดิโอที่สามารถจัดวางได้จริง ข้าพเจ้าจึงเลือกสตูดิโอที่มีแสงธรรมชาติเข้าถึง เพื่อที่จะได้แสงธรรมชาติทำให้ภาพดูสมจริงมากยิ่งขึ้น

5.3 ข้อเสนอแนะ

ได้รับคำแนะนำว่าต้องมีอุปกรณ์ประกอบฉากมากขึ้น ศึกษาเรื่องความแตกต่างในการจัดวางสินค้าเพื่อโฆษณาและแคตตาล็อก

5.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

ได้เรียนรู้การแก้ไขงานเฉพาะหน้าให้รวดเร็วมากขึ้นจากข้อจำกัดเวลาที่มีอยู่ การวางแผนงานสำรองเพื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน และได้เรียนรู้การจัดวางองค์ประกอบเพิ่มมากขึ้น

บรรณานุกรม

LALIL. (2023) ข้อมูลเกี่ยวกับแบรนด์ LALIL เข้าถึงได้จาก

: www.lalil.com

Organicsbuddy. (2023) ข้อมูลเกี่ยวกับแบรนด์ Organicsbuddy เข้าถึงได้จาก

: www.organicsbuddy.com/

Shan. (2023) ข้อมูลเกี่ยวกับแบรนด์ Shan เข้าถึงได้จาก

: www.shanorganic.com

HARNN. (2023) ข้อมูลเกี่ยวกับแบรนด์ HARNN เข้าถึงได้จาก

: www.harnn.com/

SKIN SYRUP (2023) ข้อมูลเกี่ยวกับแบรนด์ SKIN SYRUP เข้าถึงได้จาก

: www.skinsyrup.co/en

พัตซา กิจชัยเจริญ. (2023) ประวัติ พัตซา กิจชัยเจริญ เข้าถึงได้จาก

: www.adaymagazine.com

นรภัทร ศักดิ์อาทรทรัพย์. (2023) ประวัติ นรภัทร ศักดิ์อาทรทรัพย์ เข้าถึงได้จาก

: www.adaymagazine.com

joyce tenneson. (2023) ประวัติ joyce tenneson เข้าถึงได้จาก

: www.wikipedia.org/wiki/Joyce_Tenneson

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	ชุตินา อีระพงษ์
วัน เดือน ปีเกิด	20 เมษายน 2544 จังหวัดปทุมธานี
ที่อยู่	1/17 ถ.โสภณ ต.บางปรอก อ.เมือง จังหวัดปทุมธานี 12160 โทร. 098-9247142
ประวัติการศึกษา	
2565	ปริญญาตรีสถาปัตยกรรม ศิลปะ และการออกแบบ ภาควิชา นิเทศศิลป์ สาขาวิชา การถ่ายภาพ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ประสบการณ์การทำงาน	
2565	ฝึกงานที่ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT) ตำแหน่ง เทคนิคข่าว ผลงาน
2560	ชุตินา อีระพงษ์ 2566 “ LALIL ” หนังสือบทความวิจัยในโครงการประชุมวิชาการระดับบัณฑิตศึกษา คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะ และการออกแบบ พ.ศ. 2566 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง