

บทที่ 6

การออกแบบ

การวิจัย การถ่ายภาพประกอบโฆษณา ที่ใช้จุดเด่นของภาพบุคคลหรือสินค้าที่มีจุด
พาดพิงกับเรื่องเพศ ซึ่งตั้งอยู่บนสมมติฐานของทฤษฎีที่วางรูปแบบและวิธีการนำเสนอภาพ
ประกอบในงานโฆษณาขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้า หลังจากวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการวิจัย
แล้ว นำข้อสรุปที่ได้มาเป็นแนวทางการใช้จุดเด่นของภาพในงานภาพประกอบโฆษณาสำหรับ
สินค้าที่มีความเกี่ยวพันต่อกับเรื่องเพศ โดยเลือกสินค้าจาก 14 ประเภทสินค้ามา 1 ประเภท

ประเภทสินค้าที่ใช้ในการออกแบบ

สินค้าที่เลือกมาในใช้เป็นตัวอย่างในการออกแบบคือ 11 ผลิตภัณฑ์ทั่วไป (General Merchandises) ได้แก่กล้องถ่ายภาพระบบดิจิทัลของฟูจิ

กล้องดิจิทัล (Digital Camera)

Time Magazine ได้ยกให้ Digital Camera เป็น Machine of the year 2000 อันแสดง
แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในตลาดเทคโนโลยี ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคทั่วโลก ในปี 2543 ที่
ผ่านมา เป็นปีแรกที่ตลาดกล้องดิจิทัลทั่วโลกมีมูลค่าสูงกว่ากล้องฟิล์ม ซึ่งนอกจากจะไม่เติบโต
แล้วยังมีมูลค่าลดลงต่ำกว่าปี 2542 อีกด้วย แม้ว่าถ้าเทียบกันในแง่จำนวนตัวแล้วกล้องดิจิทัลจะ
ยังขายในจำนวนที่น้อยกว่าก็ตาม แต่การหยุดนิ่งของตลาดกล้องฟิล์มแสดงให้เห็นทิศทางของอุตสาหกรรม
การถ่ายภาพในอนาคตว่า กำลังผันแปรจากโลกของฟิล์มไปสู่โลกดิจิทัลอย่างไม่มีทาง
หลีกเลี่ยงได้เช่นเดียวกับเทคโนโลยีประเภทอื่นๆ

ในประเทศไทย แม้ว่าจำนวนกล้องดิจิทัลจะยังมีจำนวนน้อยกว่ากล้องฟิล์มอยู่มาก โดย
ในปีที่ผ่านมาตลาดกล้องดิจิทัลรวมมีจำนวน 30000 ตัว ขณะที่กล้องฟิล์มความว่าจะอยู่ที่ 2 แสน
ตัว แต่ด้วยอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้น 1 เท่าตัว ติดต่อกันมาแล้วเป็นปีที่ 5 และมีแนวโน้มที่จะเป็น
เช่นนั้นอีกในปี 2544 เป็นปีที่ 6 ทำให้กล้องดิจิทัล กลายเป็นตลาดที่มีการแข่งขันกันสูงมาก ซึ่ง
นับวันจะทวีความรุนแรงขึ้น เพราะนอกจากผู้ผลิตกล้องและฟิล์ม อาทิ นิคอน โอลิมปัส แคนนอน
โกดัก ฟูจิ อีพีเอ จะลงมาแข่งในตลาดนี้แล้ว ค่าผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า ไม่ว่าจะเป็นซีดี ดีวีดี คาสี

โอ รวมแล้วประมาณ 20 รายที่กระโดดเข้ามาร่วมแข่งขันในตลาดนี้ด้วย แกรมผู้นำตลาดกล้องดิจิทัลของไทยยังเป็นโซนี่ ตลาดนี้จึงเต็มไปด้วยการแข่งขันที่รุนแรง

ในปี พ.ศ. 2543 บริษัท ฟุจิ ไฟโต้ฟิล์ม (ประเทศไทย) จำกัด ได้เปิดตัวกล้องดิจิทัลรุ่นแรกขึ้นในชื่อ FinePix S1 Pro ซึ่งได้ทำตลาดอย่างจริงจัง เพราะหลังจากเกิดวิกฤติเศรษฐกิจในประเทศไทย ฟุจิไฟโต้ฟิล์มกำลังและทรัพยากรทั้งหมดไปประทับประคองกลุ่มสินค้าหลักคือ กระดาษสี กล้องฟิล์ม ให้พ้นจากวิกฤตเสียก่อน เนื่องจากว่าขณะนั้นสินค้าดิจิทัลยังไม่ใช่อินค้าที่มีอนาคต

จนกระทั่งไตรมาสสองของปี 2543 ฟุจิได้แนะนำกล้องดิจิทัลที่ใช้เทคโนโลยีซูเปอร์ซีซีดี ซึ่งช่วยให้ฟุจิสามารถผลิตกล้องดิจิทัลที่มีความละเอียดสูง ได้โดยที่กล้องยังมีขนาดเล็ก จะทำให้ฟุจิสามารถก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำในตลาดกล้องดิจิทัลได้ใน 3 ปีข้างหน้า

เจ้าของสินค้า : บริษัท ฟุจิ ไฟโต้ฟิล์ม (ประเทศไทย)

สินค้า : กล้องถ่ายภาพดิจิทัลรุ่น FinePix S1 Pro

จุดเด่นของสินค้า : เป็นสินค้าที่ออกใหม่ มีประสิทธิภาพสูง เทคโนโลยีทันสมัย

จุดด้อย : สินค้าที่ออกใหม่นี้ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักมากนักและคนยังติดภาพลักษณ์ว่า ฟุจิคือ ฟิล์มถ่ายภาพ ทั้งที่ฟุจิมีอุปกรณ์การถ่ายภาพที่มีเทคโนโลยีสูงเทียบเท่ากับคู่แข่งอื่นๆ

คู่แข่ง : โซนี่ ซึ่งเป็นผู้นำตลาดกล้องดิจิทัลในประเทศไทย

กลุ่มเป้าหมาย : ชาย อยู่ในวัยทำงาน อายุ 35-50 ปี อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ ชอบถ่ายภาพ มีรายได้ประมาณ 30,000 บาทขึ้นไป

ลักษณะนิสัย : ชอบและสนใจการถ่ายภาพ ใช้กล้องได้เป็นอย่างดี ชอบเดินทางท่องเที่ยว สนใจเทคโนโลยีด้านการถ่ายภาพโดยหาความรู้เพิ่มเติมตลอดเวลาติดตามข่าวสารการเคลื่อนไหวของผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เสมอ

วัตถุประสงค์ : เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้สินค้า และทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป
มากขึ้น

แนวคิดของโฆษณา : ง่าย และ ท้าทาย และ อีเอ็ม

บุคลิกภาพของงาน : เรียบง่าย เป็นทางการ น่าเชื่อถือ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ : สินค้ามีภาพลักษณ์ที่ชัดเจน และเป็นที่รู้จักของคนมากขึ้น

ตัวอย่างงานออกแบบที่ 1 : การแสดงออกทางใบหน้า



รูปที่ 65 การแสดงออกทางใบหน้าแบบที่ 1



รูปที่ 66 การแสดงออกทางใบหน้าแบบที่ 2

ตัวอย่างงานออกแบบที่ 3 : การใช้สรีระร่างกาย



FUJIFILM

ขีดเจนทุกรายละเอียด

ความละเอียด
6,100,000 Pixel

ด้วยเทคโนโลยีการวัดแสงแบบ
Hexagonal Light Sensors
และ Super CCD ที่มี
จึงสมบูรณ์เมื่อบันทึกภาพนิ่ง

FinePix S1 Pro



สามารถดูรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ได้ที่ 4E 1010 หรือทางเว็บไซต์ที่ WWW.FUJIFILM.COM

รูปที่ 69 การใช้สรีระร่างกาย แบบที่1



FUJIFILM

ขีดเจนทุกรายละเอียด

ความละเอียด
6,100,000 Pixel

ด้วยเทคโนโลยีการวัดแสงแบบ
Hexagonal Light Sensors
และ Super CCD ที่มี
จึงสมบูรณ์เมื่อบันทึกภาพนิ่ง

FinePix S1 Pro



สามารถดูรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ได้ที่ 4E 1010 หรือทางเว็บไซต์ที่ WWW.FUJIFILM.COM

รูปที่ 70 การใช้สรีระร่างกาย แบบที่2

ตัวอย่างงานออกแบบที่ 4 : บุคลิกลักษณะผู้แสดง

FUJIFILM

ชัดเจนทุกรายละเอียด

ความละเอียดสูง
6,100,000 Pixel

ด้วยเทคโนโลยีการวัดแสงแบบ
Hexagonal Light Sensors
และ Super CCD ภาสพิไล
จึงสามารถถ่ายภาพที่คมชัดแน่นอน

FinePix S1 Pro

ขอรายละเอียดเพิ่มเติมโปรดติดต่อศูนย์บริการลูกค้า โทร. 0-26-2999 หรือทางเว็บไซต์ WWW.FUJIFILM.COM

รูปที่ 71 บุคลิกลักษณะผู้แสดง แบบที่1

FUJIFILM

ชัดเจนทุกรายละเอียด

ความละเอียดสูง

ด้วยเทคโนโลยีการวัดแสงแบบ
Hexagonal Light Sensors
และ Super CCD ภาสพิไล
จึงสามารถถ่ายภาพที่คมชัดแน่นอน

FinePix S1 Pro

ขอรายละเอียดเพิ่มเติมโปรดติดต่อศูนย์บริการลูกค้า โทร. 0-26-2999 หรือทางเว็บไซต์ WWW.FUJIFILM.COM

รูปที่ 72 บุคลิกลักษณะผู้แสดง แบบที่2

ตัวอย่างงานออกแบบที่ 5 : กิจกรรม เหตุการณ์ สถานการณ์



FUJIFILM

ทุกจังหวะไม่มีพลาด

ด้วยความเร็วในการบันทึกภาพถึง 1.5

1.5 Frames/sec

FinePix S1 Pro

ใช้ทุกโมเมนต์ในทุกช่วงเวลาการเคลื่อนไหว
 ความละเอียด 5,100,000 PIXEL
 ภาพที่ใช้งานได้พร้อมสถานที่ในทันที
 30 วินาทีความยาวที่รวดเร็ว

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมติดต่อที่ โทร. 053-000-000 หรือเว็บไซต์ที่ WWW.FUJIFILM.COM

รูปที่ 73 กิจกรรม เหตุการณ์ สถานการณ์ แบบที่ 1



FUJIFILM

ขีดความสามารถละเอียด

ความละเอียดสูงถึง

5,100,000 PIXEL

FinePix S1 Pro

ด้วยเทคโนโลยีเซ็นเซอร์
 Hexagonal Light Sensors
 และ Super CCD ที่ทำให้
 30 วินาทีความยาวที่รวดเร็ว

รูปที่ 74 กิจกรรม เหตุการณ์ สถานการณ์ แบบที่ 2