

อิทธิพลของอัตราส่วนแสงที่มีผลต่อการถ่ายภาพโฆษณาอาหารคลีน จารุณี เจริญรส^{1*} กัญญาณี บุญมีศักดิ์² จักรพงศ์ โมรรราช² และจิรายุ ศักดิ์ดำรงกิจ²

¹อาจารย์ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

²นักศึกษา คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

*ผู้ประพันธ์บทความ : jarunee_j@rmutt.ac.th

บทคัดย่อ

วันที่รับบทความ : การศึกษาเรื่อง อิทธิพลของอัตราส่วนแสงที่มีผลต่อการถ่ายภาพโฆษณาอาหาร
2 กันยายน 2568
วันที่แก้ไขบทความ : โฆษณาอาหารคลีน (2) ศึกษากระบวนการผลิตภาพโฆษณาอาหารคลีน และ (3) ประเมิน
2 ตุลาคม 2568
วันที่ตอบรับบทความ : ภาพอาหารคลีน จำนวน 8 ภาพ จัดแสงโดยใช้แสงแข็ง จำนวน 4 ภาพ และจัดแสงโดยใช้
20 ตุลาคม 2568
วันที่เผยแพร่ (Online) : นำภาพไปให้กลุ่มทดลอง ได้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 30 คน
25 ธันวาคม 2568
ประเมินความเหมาะสมของอัตราส่วนแสง และนำผลการประเมินมาผลิตภาพโฆษณา
อาหารคลีน โดยมีผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพของภาพ แล้วนำไปให้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน
102 คน ประเมินความพึงพอใจที่มีต่อภาพโฆษณาอาหารคลีน

ผลการศึกษา พบว่า อัตราส่วนของแสงที่เหมาะสมในการถ่ายภาพอาหารคลีน
โดยใช้แสงแข็ง คือ อัตราส่วนแสง 2:1 และอัตราส่วนของแสงที่เหมาะสมในการถ่ายภาพ
อาหารคลีนโดยใช้แสงนุ่ม คือ อัตราส่วนแสง 1:1 ผลการศึกษาการผลิตภาพโฆษณา
อาหารคลีน พบว่า ขั้นตอนการถ่ายภาพอาหารคลีน มี 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอน
การเตรียมการก่อนการผลิต ขั้นตอนการผลิต และขั้นตอนหลังการผลิต ผลการประเมิน
คุณภาพของผู้เชี่ยวชาญ พบว่า ภาพอาหารคลีนสามารถนำไปใช้ในการโฆษณาได้ แต่ควร
เลือกอุปกรณ์ประกอบฉากให้เหมาะสมและสื่อถึงอาหารคลีนอย่างถูกต้องตามหลัก
โภชนาการ ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อภาพโฆษณาอาหารคลีน พบว่า
กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อภาพอาหารคลีนที่จัดแสงโดยใช้แสงแข็งในอัตราส่วนแสง
2:1 และภาพอาหารคลีนที่จัดแสงโดยใช้แสงนุ่มในอัตราส่วนแสง 1:1 อยู่ในระดับมาก
เช่นกันทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าภาพอาหารคลีนที่จัดแสงโดยใช้แสงแข็งและ
แสงนุ่มช่วยให้ภาพถ่ายมีสีสันสวยงามน่ารับประทานมากที่สุด

คำสำคัญ : อาหารเพื่อสุขภาพ, อาหารคลีน, ภาพโฆษณา, อัตราส่วนแสง, ความพึงพอใจ

The Impact of Lighting Ratio on the Advertisement Photography of Clean Food

Jarunee Jarernros^{1*} Kanyanee Bunmeesak² Jakkapong Morarat² and
Jirayu Sakdamrongkit²

¹ Lecturer, Faculty of Mass Communication Technology,
Rajamangala University of Technology Thanyaburi

² Student, Faculty of Mass Communication Technology,
Rajamangala University of Technology Thanyaburi

*Corresponding Author: jarunee_j@mutt.ac.th

Abstract

Received:

September 2, 2025

Revised:

October 2, 2025

Accepted:

October 20, 2025

Available Online:

December 25, 2025

The objectives of this research were to (1) study the suitability of light ratio in clean food advertisement photography, (2) study the production process of clean food advertisements, and (3) to assess the satisfaction of the sample group regarding clean food advertisements. The research methodology involved generating 8 images of clean food, comprising 4 images taken with hard lighting and 4 images with soft lighting, while employing various lighting ratios: 1:1, 2:1, 4:1, and 8:1. An experimental group of 30 individuals residing in Pathum Thani Province was presented with the images to assess the suitability of the lighting ratios. The evaluation results were utilized to create clean food advertisements, which were afterwards assessed by experts for image quality and by a sample group of 102 individuals for their satisfaction with the advertisements.

The research results showed that the suitable lighting ratio using hard light was 2:1 and the suitable lighting ratio for photographing clean food with soft light is 1:1. Also, the production process of advertisements comprises three stages: Pre-Production, Production, and Post-Production. Following the experts' quality assessment, clean food images can be used in advertising if the props are chosen carefully and communicate clean food according to nutritional principles. The sample group were satisfied with clean food images illuminated with hard lighting at a 2:1 lighting ratio and those illuminated with soft lighting at a 1:1 lighting ratio at high level. The sample group expressed the opinion that clean food images illuminated with both hard and soft lighting were perceived as having the most vivid colors and appearing to be the most appetizing.

Keywords: Healthy Food, Clean Food, Advertisement Photography, Light Ratio, Satisfaction

บทนำ

สังคมในยุคปัจจุบันมีรูปแบบการดำรงชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก คนไทยทุกคนล้วนมีคู่แข่งคนเดียวกันนั่นก็คือ “เวลา” ฉะนั้น ทุกอย่างในแต่ละวันจึงเต็มไปด้วยความเร่งรีบ รุ่มเท ให้ความสำคัญกับหน้าที่การทำงานและภาระต่าง ๆ จนเวลาในการดำเนินกิจกรรมส่วนตัวในชีวิตประจำวันลดลง รวมทั้งการบริโภคอาหารด้วยผลกระทบที่เกิดขึ้นส่งผลให้หลายคนมักจะมองข้ามเรื่องอาหารและการดูแลสุขภาพของตน ส่งผลให้คนไทยมีภาวะร่างกายเสื่อมถอยสะสมโดยไม่รู้ตัว และก่อให้เกิดโรคร้ายแรงต่าง ๆ ตามมา ด้วยเหตุนี้ คนไทยส่วนใหญ่จึงเริ่มให้ความสนใจเกี่ยวกับการรับประทานอาหารที่มีคุณภาพ มีการปรับพฤติกรรมในการรับประทานอาหารและเครื่องดื่มเพื่อให้ผลดีต่อสุขภาพ ดังที่ กรุงเทพธุรกิจ (2566) กล่าวว่า มูลค่าการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในปี 2563 ขยายตัวเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่า 1 แสนล้านบาท จากปี 2562 ที่มีมูลค่าประมาณ 88,731 ล้านบาท หรือมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 2.4 เมื่อเทียบกับปี 2561 ที่มีมูลค่าประมาณ 86,648 ล้านบาท โดยปี 2563 กลุ่มชาติอาเซียนจะเน้นไปในเรื่องสุขภาพและโปรตีนทดแทนเป็นหลัก ส่งผลให้ตลาดอาหารเพื่อสุขภาพมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากเทรนด์ที่คนรุ่นใหม่หันมาดูแลสุขภาพเราจึงได้เห็นผู้ประกอบการใหม่ ๆ ที่เข้ามารุกตลาดนี้มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพ อาหารฟังก์ชัน เป็นต้น จากการณ์มีความรู้ด้านสุขภาพที่มากขึ้นทำให้คนยุคใหม่หันมาใส่ใจการออกกำลังกายและรับประทานอาหารที่มีประโยชน์มากขึ้น สอดคล้องกับข้อมูลของ NOK THANAPHON (2562) กล่าวว่า ปัจจุบันมีทางเลือกการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพขึ้นมาหลากหลายประเภท เพื่อให้ได้เลือกรับประทานตามความเหมาะสมของรูปแบบการดำเนินชีวิตแต่ละคน โดยหนึ่งในนั้น คืออาหารเพื่อสุขภาพประเภท “อาหารคลีน”

ดรณวิทย์ วจิตโรต (2560) กล่าวว่า อาหารคลีน หมายถึง อาหารที่มาจากธรรมชาติ มีการปรุงแต่งน้อยที่สุด โดยใช้วัตถุดิบที่ได้จากธรรมชาติเท่านั้น ไม่ใส่สารเจือสีหรือสารปรุงแต่ง ปัจจุบันผู้คนนิยมรับประทานอาหารคลีนมากขึ้น แต่ด้วยความเร่งรีบในการดำเนินชีวิต หลายคนอาจจะไม่มีเวลาจัดเตรียมและลงมือทำด้วยตัวเอง รวมถึงอาจจะยังไม่รู้และไม่เข้าใจว่าในแต่ละมื้อร่างกายจะต้องการสารอาหารอะไรในปริมาณเท่าไรจึงจะเพียงพอ เมื่อมีความต้องการอยากรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ในชีวิตที่เร่งรีบประกอบกับเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยให้ชีวิตสะดวกสบายมากขึ้น จึงส่งผลให้ธุรกิจร้านอาหารคลีนเติบโตและขยายตัวอย่างรวดเร็ว มีการแข่งขันที่รุนแรงและเกิดคู่แข่งทางการค้าเพิ่มขึ้น ธุรกิจร้านอาหารคลีนจึงต้องปรับตัวและสร้างจุดเด่นเพื่อดึงดูดลูกค้า

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ทำให้การโฆษณาเข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมาก เนื่องจากการโฆษณาเป็นการนำข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มผู้บริโภค ช่วยให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ ซึ่งการโฆษณานั้นจะมีประสิทธิภาพหรือไม่ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง ไม่ว่าจะเป็น พาดหัวโฆษณา ข้อความโฆษณา สโลแกน และปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออีกคือ ภาพโฆษณา สอดคล้องกับพนดล ธนะภักดิ์ (2552 อ้างถึงใน อรวรรณ สมุห์เสณีโตและศิวพร เสาวคนธ์, 2567) กล่าวว่า การถ่ายภาพโฆษณาคือการถ่ายภาพที่มีจุดประสงค์ในการโน้มน้าวให้ผู้บริโภคมีความต้องการที่จะใช้สินค้า ผู้ถ่ายภาพจึงต้องถ่ายภาพสินค้าให้สวยงามเป็นที่ดึงดูดให้หน้าบริโภค การกระตุ้นให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าก่อให้เกิดความต้องการ และเกิดพฤติกรรมการซื้อสินค้าซึ่งจำเป็นต้องใช้การโฆษณาที่ดีโดยเฉพาะกลุ่มสินค้าบริโภคที่จะต้องมีการถ่ายภาพเพราะเป็นด่านแรกที่ทำให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคสนใจ สอดคล้องกับ Unileverfoodsolutions (2568) อธิบายว่า การทำให้ภาพอาหารดึงดูดสายตาลูกค้าได้เป็นเรื่องที่สำคัญ โดยเฉพาะภาพอาหารที่ดูสดใหม่น่ารับประทานจะช่วยเพิ่มยอดขายรายการอาหารหรือเมนูอาหารได้ถึงร้อยละ 30

เยวานารถ พันธุ์เพ็ง (2565) กล่าวว่า การถ่ายภาพโฆษณาที่ดีไม่ใช่เพียงแต่ทำให้ภาพอาหารสดใหม่น่ารับประทานเท่านั้น แต่จะต้องประกอบไปด้วยหลายปัจจัย เช่น การจัดองค์ประกอบภาพ ขนาดของภาพ และ

มุมมองภาพที่นำเสนอ ตลอดจนเทคนิคที่ใช้ในการถ่ายภาพ เทคนิคการจัดแสงเป็นปัจจัยสำคัญอีกปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยสร้างความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีกับภาพถ่ายอาหาร ไม่ว่าจะเป็นทิศทางของแสง หรืออัตราส่วนแสงที่ใช้ในการถ่ายภาพ

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ทำให้เห็นว่าหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อคุณภาพของภาพถ่ายโฆษณา คือ การจัดแสงที่เหมาะสม เพราะแสงเป็นองค์ประกอบที่ช่วยสร้างความน่าสนใจให้กับภาพ โดยคุณลักษณะและอัตราส่วนของแสงที่แตกต่างกันสามารถกำหนดอารมณ์ บรรยากาศ และความรู้สึกของผู้ชมได้ สอดคล้องกับภักตร์พิมล เสนีย์ (2548) กล่าวว่า ทิศทางของแสงแต่ละแบบส่งผลต่อการรับรู้ของผู้ที่มองเห็นภาพ ช่างภาพจึงต้องคำนึงถึงคุณสมบัติของแสง และเลือกใช้อัตราส่วนแสงที่เหมาะสม เพื่อให้ได้ภาพที่มีคุณภาพสูงและสามารถสื่อความหมายได้ตรงตามต้องการ

การถ่ายภาพอาหารเพื่อโฆษณามีจุดประสงค์เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคและกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกอยากรับประทานอาหาร ดังนั้น ภาพถ่ายต้องแสดงให้เห็นถึงความสดใหม่ มีสีสันที่สมจริง สอดคล้องกับ เยาวนารถ พันธุ์เพ็ง (2565) กล่าวว่า การถ่ายภาพอาหารมีวัตถุประสงค์เพื่อการดึงดูดความสนใจให้ผู้ชมภาพเกิดความรู้สึกอยากรับประทานอาหาร ดังนั้น การถ่ายภาพอาหารจึงควรมีความสวยงาม สดใหม่ สมจริง

จากข้อมูลข้างต้นสรุปได้ว่า คนไทยส่วนใหญ่หันมาดูแลตัวเองด้วยการเลือกรับประทานอาหารที่มีคุณภาพมากขึ้น อาหารคลีนจึงเป็นอาหารที่ได้รับความนิยม ปัจจุบันมีร้านอาหารเพื่อสุขภาพเกิดขึ้นมากมายก่อให้เกิดการแข่งขันทางธุรกิจร้านอาหาร ภาพโฆษณาจึงเข้ามามีบทบาทเพื่อช่วยดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ภาพโฆษณาอาหารที่ดีจะต้องนำเสนอให้เห็นถึงความสดใหม่ ความสะอาด และความน่ารับประทาน ซึ่งการได้มาของภาพอาหารที่ดูน่ารับประทานนี้ นอกจากการจัดองค์ประกอบภาพ การเลือกใช้เลนส์ การตั้งค่ากล้องที่เหมาะสมแล้ว การจัดแสงก็เป็นปัจจัยสำคัญช่างภาพต้องเลือกใช้คุณลักษณะของแสงและกำหนดอัตราส่วนแสงที่เหมาะสม เนื่องจากลักษณะของแสงนุ่มหรือแสงแข็ง และการกำหนดอัตราส่วนแสงที่ต่างกันจะส่งผลต่อมิติและอารมณ์ของภาพอาหารคลีนที่ต่างกัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่อง อัตราส่วนแสงที่มีผลต่อการถ่ายภาพโฆษณาอาหารคลีน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาค่าความเหมาะสมของอัตราส่วนแสงในการถ่ายภาพโฆษณาอาหารคลีน
2. เพื่อศึกษากระบวนการผลิตภาพโฆษณาอาหารคลีน
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อภาพโฆษณาอาหารคลีน

นิยามศัพท์

1. อาหารเพื่อสุขภาพ หมายถึง อาหารที่อุดมด้วยสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกาย ช่วยเสริมสร้างสุขภาพให้แข็งแรง ป้องกันและลดความเสี่ยงต่อโรคต่าง ๆ เช่น โรคหัวใจ โรคเบาหวาน และโรคมะเร็ง รวมถึงส่งเสริมสุขภาพจิตใจให้ดีขึ้นอีกด้วย อาหารเพื่อสุขภาพสามารถแบ่งได้ 4 ประเภท คือ 1) อาหารคลีน (Clean food) 2) อาหารฉลากเขียว (Green food) 3) อาหารรอร์ฟู้ด (Raw food) และ 4) อาหารฟังก์ชัน (Functional food) การศึกษารุ่นนี้ผู้วิจัยจะศึกษาการถ่ายภาพอาหารเพื่อสุขภาพประเภทอาหารคลีน

2. อาหารคลีน หมายถึง อาหารที่มาจากธรรมชาติ ไม่ผ่านการปรุงแต่งด้วยสารเคมี ผ่านการแปรรูปน้อยที่สุดหรือไม่ผ่านการแปรรูปเลย เน้นธรรมชาติของอาหารเป็นหลัก ใช้วัตถุดิบที่สะอาด สดใหม่ เช่น ซีซาร์สลัดอกไก่ สลัดอกไก่ต้ม สลัดโรลอกไก่ไร้แป้ง เป็นต้น การศึกษารุ่นนี้ผู้วิจัยจะศึกษาการถ่ายภาพอาหารคลีนเมนูสลัดอกไก่หนึ่ง

3. ภาพโฆษณา หมายถึง ภาพเพื่อการสื่อสารจูงใจผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อจูงใจหรือโน้มน้าวใจให้กลุ่มผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายมีพฤติกรรมคล้อยตามเนื้อหาของสารที่โฆษณาออกไปอันเอื้ออำนวยจูงใจให้มีการซื้อหรือใช้สินค้าและบริการนั้น ๆ การศึกษาคำครั้งนี้ผู้วิจัยจะศึกษาภาพโฆษณาอาหารคลีน

4. อัตราส่วนแสง หมายถึง ความแตกต่างของแสงในส่วนสว่างกับส่วนมืดที่ตกกระทบลงบนวัตถุหรือความแตกต่างระหว่างไฟหลักกับไฟเสริม ความแตกต่างนี้จะช่วยทำให้ภาพมีมิติหรือความลึกมากขึ้น การศึกษาคำครั้งนี้ผู้วิจัยจะศึกษาความแตกต่างของแสงในส่วนสว่างกับส่วนมืดที่มีอัตราส่วนแสงต่างกัน 4 ระดับ ได้แก่ 1:1 2:1 4:1 และ 8:1

5. แสงนุ่ม หมายถึง แสงที่มีการกระจายสูงไม่มีทิศทาง อาจเป็นแสงที่ส่องผ่านตัวกลางหรือแสงที่สะท้อนมาจากวัตถุอื่น เช่น สะท้อนมาจากผนัง แผ่นโพมทำให้เกิดการกระจายตัว เป็นแสงที่ไม่ได้ส่องมากระทบกับวัตถุโดยตรง ทำให้เกิดความแตกต่างระหว่างส่วนสว่างและส่วนมืดน้อย แสงนุ่มช่วยสร้างเงาที่มีความนิ่มนวล ไม่เข้ม

6. แสงแข็ง หมายถึง แสงที่มีปริมาณความเข้มสูงและส่องกระทบวัตถุโดยตรง ทำให้เกิดความแตกต่างระหว่างส่วนสว่างและส่วนมืดมาก แสงแข็งช่วยสร้างเงาที่คมชัดส่งผลให้ภาพมีความชัดเจน

7. ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบที่มีต่อภาพถ่ายโฆษณาอาหารคลีน แบ่งเกณฑ์ความพึงพอใจออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ 5 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด 4 หมายถึง พึงพอใจมาก 3 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง 2 หมายถึง พึงพอใจน้อย และ 1 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาเรื่องอัตราส่วนแสงที่มีผลต่อการถ่ายภาพโฆษณาอาหารคลีน มีขอบเขตการศึกษา ดังนี้

ขอบเขตด้านกระบวนการผลิตภาพ ผู้วิจัยจะทำการผลิตภาพโฆษณาอาหารคลีน โดยแบ่งขั้นตอนการศึกษาออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาค่าความเหมาะสมของอัตราส่วนแสงในการถ่ายภาพโฆษณาอาหารคลีน โดยผู้วิจัยถ่ายภาพอาหารคลีน จำนวน 8 ภาพ จัดแสงโดยใช้แสงนุ่ม 4 ภาพ จัดแสงโดยใช้แสงแข็ง 4 ภาพ และกำหนดอัตราส่วนแสงที่ต่างกัน 4 ระดับ ได้แก่ 1:1 2:1 4:1 8:1 จากนั้นนำภาพไปให้กลุ่มทดลอง ได้แก่ บุคคลที่ออกกำลังกายและเล่นกีฬาในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 30 คน ประเมินความเหมาะสมของอัตราส่วนแสง

2. ผลิตภาพถ่ายโฆษณาอาหารคลีน เมื่อได้ภาพที่มีอัตราส่วนของแสงที่เหมาะสมแล้ว ผู้วิจัยจะนำผลของการศึกษาในขั้นตอนที่ 1 ไปผลิตภาพโฆษณาอาหารคลีน จำนวน 2 ภาพ ได้แก่ ภาพอาหารคลีนที่จัดโดยใช้แสงแข็ง จำนวน 1 ภาพ และภาพอาหารคลีนที่จัดโดยใช้แสงนุ่ม จำนวน 1 ภาพ

3. ประเมินความพึงพอใจที่มีต่อภาพโฆษณาอาหารคลีน ผู้วิจัยนำภาพโฆษณาในขั้นตอนที่ 2 ไปให้กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 102 คน ประเมินความพึงพอใจที่มีต่อภาพโฆษณาอาหารคลีน

ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดปทุมธานี โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. การศึกษาความเหมาะสมของอัตราส่วนแสง กลุ่มทดลองที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ บุคคลที่ออกกำลังกายและเล่นกีฬาในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 30 คน

2. การศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อภาพโฆษณาอาหารคลีน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 102 คน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการศึกษาจะเป็นแนวทางให้ผู้ที่เกี่ยวข้องถ่ายทำอาหารนำไปปรับใช้จัดแสงเพื่อการถ่ายภาพโฆษณาอาหาร
2. ธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพสามารถนำผลการศึกษาไปปรับใช้ในการถ่ายภาพเพื่อการโฆษณาอาหารหรือจัดทำเมนูอาหารได้

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการถ่ายภาพโฆษณา

เยวนารถ พันธุ์เพ็ง (2565) กล่าวว่า การถ่ายภาพโฆษณา หมายถึง การนำเอาศิลปะรวมกับระบบการค่านำเสนอเป็นผลงานให้คนดูเพื่อสื่อความหมายให้คนได้รับรู้จากการได้เห็นภาพและทำให้คนดูรู้สึกซาบซึ้งกับภาพที่ได้เห็นด้วย ดังนั้น บางครั้งผู้ถ่ายภาพโฆษณาอาจจะไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ริเริ่มความคิด นอกจากนี้ นพพล ธนะภักดิ์ (2552 อ้างถึงใน อรวรรณ สมุห์เสณีโตและศิวพร เสาวคนธ์, 2567) กล่าวว่า การถ่ายภาพโฆษณาเป็นการถ่ายภาพที่มีจุดประสงค์ในการโน้มน้าวให้ผู้บริโภคมีความต้องการที่จะใช้สินค้านั้น ดังนั้น ผู้ถ่ายภาพจึงต้องถ่ายภาพสินค้าให้สวยงามเป็นที่ดึงดูดให้น่าบริโภค

Karn Triamsiriyorakul (2564) กล่าวว่า การถ่ายทำอาหารเป็นเรื่องทางศิลปะ ซึ่งผู้ที่ทำธุรกิจควรรู้จักมีกิจกรรมที่เกี่ยวกับอาหาร เพราะบางทีการถ่ายภาพอาจส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า โดยสำหรับการโฆษณานั้นมากกว่าร้อยละ 80 ของผู้ใช้งาน Social Media จะให้ความสนใจกับ Content ที่เป็นรูปภาพมากกว่า Content ที่เป็นข้อความอย่างเดียว สอดคล้องกับเยวนารถ พันธุ์เพ็ง (2565) กล่าวว่า การถ่ายทำอาหาร มีวัตถุประสงค์เพื่อการดึงดูดความสนใจให้ผู้ชมภาพเกิดความรู้สึกอยากรับประทานอาหาร ดังนั้น การถ่ายทำอาหารจึงควรมีความสวยงาม สดใหม่ สมจริง

กระบวนการถ่ายภาพอาหาร มีดังนี้

1. ขั้นตอนวางแผนก่อนการผลิต (Pre-Production)
 - 1.1 วางเป้าหมาย การวางเป้าหมายของงานโฆษณาก็เพื่อให้รู้ว่าทำชิ้นงานโฆษณาไปเพื่ออะไร เช่น เพื่อเพิ่มยอดขาย เพื่อนำเสนอสินค้าใหม่หรือเพื่อต่อยอดให้ลูกค้าจำแบรนด์สินค้าได้
 - 1.2 กำหนดงบประมาณและระยะเวลา เรื่องเงินงบประมาณในการทำโฆษณาเป็นเรื่องที่ต้องวางแผนไว้ก่อน และต้องวางแผนว่าต้องการให้ชิ้นงานโฆษณาเสร็จเรียบร้อยในช่วงเวลาใด
 - 1.3 คิดแนวทาง (Concept) ช่วงการคิดแนวทางเป็นช่วงที่ต้องรวบรวมความคิดมากที่สุด ถือเป็นขั้นตอนสำคัญเพราะจะกำหนดทิศทางของการทำงานในขั้นตอนต่อไป
 - 1.4 ทำเรื่องราววาดแผนจำลอง (Layout) วาดภาพนิ่งและองค์ประกอบในกระดาษเพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับการถ่ายโฆษณาต่อไป
 - 1.5 หาสถานที่ถ่ายทำ เป็นการเตรียมหาสถานที่ ฉากสำหรับถ่ายโฆษณา โดยเลือกตามแนวคิดให้เหมาะสมกับการถ่ายชิ้นงานโฆษณา

1.6 เตรียมอุปกรณ์ประกอบฉาก หากต้องมีอุปกรณ์ประกอบฉากก็ต้องเตรียมให้พร้อมและอาจต้องมีสำรองไว้เผื่อกรณีฉุกเฉินด้วย

1.7 เตรียมอุปกรณ์สำหรับการจัดแสงและการถ่ายภาพ

2. ขั้นตอนการผลิต (Production)

ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนการผลิตหรือถ่ายโฆษณาจริง เป็นการนำแผนการทำงานทั้งหมดที่ได้วางไว้ในขั้นวางแผนก่อนการผลิตมาปฏิบัติจริง ซึ่งส่วนใหญ่ไม่ใช่ว่าจะจะเป็นไปตามแผน บางอย่างที่ไม่เป็นไปตามแผนก็ต้องแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเพื่อให้งานสำเร็จไปได้ แต่ต้องคงไว้ซึ่งหลักการและเป้าหมายในการทำงานเป็นสำคัญ สิ่งที่ทำให้ขั้นตอนการผลิตบรรลุวัตถุประสงค์ไปด้วยดี คือ เรื่องของแสง อุปกรณ์ และฉาก ต้องมีคนคอยควบคุมงานทั้งหมดเพื่อให้ตรงตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

3. ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production)

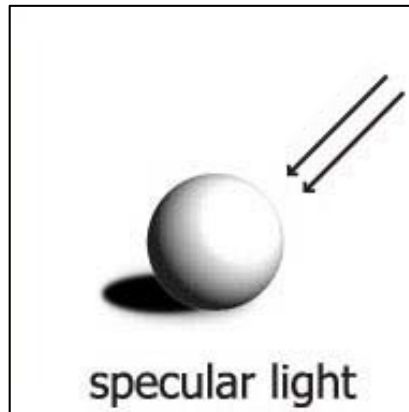
ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนการทำงานหลังการผลิต และเป็นงานที่ต้องเกี่ยวข้องกับเทคนิคเป็นอย่างมาก เพราะเป็นการนำภาพถ่ายมาเลือก ตัดต่อ ปรับภาพให้มีความสวยงาม และตรวจสอบงานให้สมบูรณ์ โดยต้องควบคุมแสงและการสะท้อนของภาพโฆษณาไม่ให้เกินกว่าที่กำหนด เมื่อทุกอย่างเรียบร้อยแล้วจึงนำเสนอชิ้นงานโฆษณาต่อไป

Zukowski (2014) กล่าวเสริมว่า การเตรียมการที่ดีจะช่วยให้กระบวนการถ่ายภาพมีประสิทธิภาพและผลลัพธ์ที่ออกมาน่าพึงพอใจ โดยการเตรียมการประกอบด้วย การวางแผนการถ่ายภาพ เช่น การจัดเตรียมอุปกรณ์ การจัดเตรียมวัสดุดิบ และการตั้งค่าแสง การวางแผนที่ดีสามารถช่วยให้การถ่ายภาพเป็นไปอย่างราบรื่นและตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

แนวคิดเกี่ยวกับแสงในการถ่ายภาพ

ภักตร์พิมล เสนีย์ (2548) กล่าวว่า คุณภาพของแสง หมายถึง คุณสมบัติของแสงที่ผู้ถ่ายภาพจะต้องคำนึงและนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเหมาะสมในการควบคุมคุณภาพของการถ่ายภาพให้ออกมาดี และสื่อความหมายได้ตรงตามความต้องการ ซึ่งประกอบไปด้วยคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

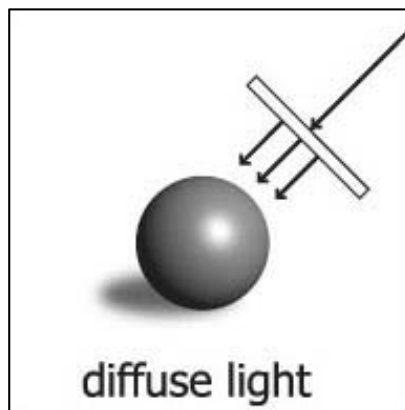
1. แสงแข็ง (Hard light) หรือแสงส่องตรง (Specular light) เป็นแสงที่มีปริมาณความเข้มสูงและส่องกระทบวัตถุโดยตรง ทำให้เกิดส่วนที่เป็นส่วนสว่างและส่วนที่อยู่ในเงามืดของวัตถุที่ต้องการถ่ายภาพแยกกันชัดเจน ส่วนใหญ่จะเป็นลำแสงขนานมีทิศทางที่ตรง ทำให้เกิดเงาแข็งบนวัตถุที่ต้องการถ่ายภาพ ภาพที่ได้จะปรากฏเงาเข้ม มีความเปรียบต่างสูงและให้รายละเอียดที่ชัดเจนในการถ่ายภาพ แสงแข็งช่วยสร้างเงาที่คมชัดส่งผลให้ภาพมีความชัดเจน รวมถึงเพิ่มความลึกและมิติให้กับองค์ประกอบภายในภาพ นอกจากนี้ ลักษณะของแสงแข็งที่มีความเปรียบต่างสูง (High contrast) ยังช่วยเสริมให้ภาพมีความหนักแน่น ทรงพลัง และสื่อถึงอารมณ์ที่จริงจังมากยิ่งขึ้น (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 ภาพตัวอย่างแสงแข็ง

ที่มา : <http://www.ulightstudio.com>

2. แสงนุ่มหรือที่เรียกกันว่า Soft light หรือ Diffuse light จะเป็นแสงที่มีการกระจายสูงไม่มีทิศทางทำให้เกิดเงามืดมีความนิ่มนวลไม่เข้ม ลดความเปรียบต่างลง เป็นแสงที่นิยมใช้ในการถ่ายภาพบุคคล อุปกรณ์ที่ใช้ในการควบคุมคุณภาพของแสงประเภทนี้ ได้แก่ ร่มสะท้อนแสง (Reflector Umbrella) และกล่องแสงนุ่ม (Softbox) (ภาพที่ 2)



ภาพที่ 2 ภาพตัวอย่างแสงนุ่ม

ที่มา : <http://www.ulightstudio.com>

สุทัศน์ บุรีภักดี (2544) กล่าวว่า อัตราส่วนแสง หมายถึง อัตราส่วนของค่าความแตกต่างในระดับความเข้มของแสง (Intensity) ซึ่งจะเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของส่วนสว่างและส่วนเงาที่ปรากฏบนสิ่งที่ถ่ายในฉากนั้นว่ามีความเหมาะสมและสามารถบันทึกลงบนฟิล์มได้อย่างถูกต้องตามวัตถุประสงค์หรือไม่

ภักตร์พิมล เสนีย์ (2550) กล่าวว่า ในทางการจัดแสงความสว่างในส่วนสว่างจะเกิดจากแสงหลัก (Main light หรือ Key light) และความสว่างในส่วนมืดจะเกิดจากแสงเสริม (Fill light) ดังนั้น อัตราส่วนของแสงจึงหมายถึงความแตกต่างของการส่องสว่างของแสงหลัก (Main light) : การส่องสว่างของแสงเสริม (Fill light)

ผลของอัตราส่วนแสง (ภาพที่ 3) มีดังนี้

อัตราส่วนแสง 1:1 ส่วนสว่างและส่วนมืดมีค่าแสงเท่ากัน

อัตราส่วนแสง 2:1 ส่วนสว่างและส่วนมืดต่างกัน 1 stop

อัตราส่วนแสง 4:1 ส่วนสว่างและส่วนมืดต่างกัน 2 stop

อัตราส่วนแสง 8:1 ส่วนสว่างและส่วนมืดต่างกัน 3 stop



ภาพที่ 3 ความแตกต่างของอัตราส่วนแสง

ที่มา : <https://co.pinterest.com/pin/757589968545788372/>

อัตราส่วนแสงหรือความแตกต่างของส่วนสว่างกับส่วนเงามืดจะทำให้เกิดมิติหรือความลึกในภาพ และสามารถสื่อสารเรื่องราวหรือสร้างบรรยากาศให้กับภาพถ่ายได้อีกด้วย เช่น ภาพที่มีความแตกต่างของส่วนสว่างและเงามืดปานกลาง เช่น อัตราส่วนแสง 4:1 จะให้ความรู้สึกที่เป็นปกติ ธรรมดา ภาพที่มีความแตกต่างของส่วนสว่างและเงามืดสูง เช่น อัตราส่วนแสง 8:1 จะให้ความรู้สึกสดใส ชัดเจน และภาพที่มีความแตกต่างของส่วนสว่างและเงามืดต่ำ เช่น อัตราส่วนแสง 2:1 จะให้ความรู้สึกซึมเศร้า เหงา นุ่มนวล อ่อนโยน

แนวคิดเกี่ยวกับอาหารคลีน

บทความจากคอลัมน์สายตรงสุขภาพกับศิริราช (MGR Online, 2558) โดยพญ.กฤษมา ไชยสูตร อธิบายว่า อาหารคลีน (Clean food) คือ อาหารที่ไม่ผ่านการปรุงแต่งด้วยสารเคมีต่าง ๆ หรือผ่านการแปรรูปน้อยที่สุด อาหารเหล่านี้จะเป็นอาหารที่สด สะอาด ผ่านขั้นตอนการปรุงแต่งมาน้อยหรือไม่ผ่านการปรุงแต่ง เน้นธรรมชาติของอาหารนั้นเป็นหลัก ไม่ผ่านกระบวนการหมักดองหรือปรุงรสใด ๆ มากจนเกินไป เช่น เค็มจัด หวานจัด หรือมัน เป็นต้น

การรับประทานอาหารคลีน คือ การรับประทานอาหาร 5 หมู่ ในสัดส่วนที่เหมาะสม คือ ต้องมีทั้งคาร์โบไฮเดรต โปรตีน ไขมัน และใยอาหาร ในปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย และไม่ใช่ว่าการเน้นรับประทานทานผักปริมาณมากแต่เพียงอย่างเดียว

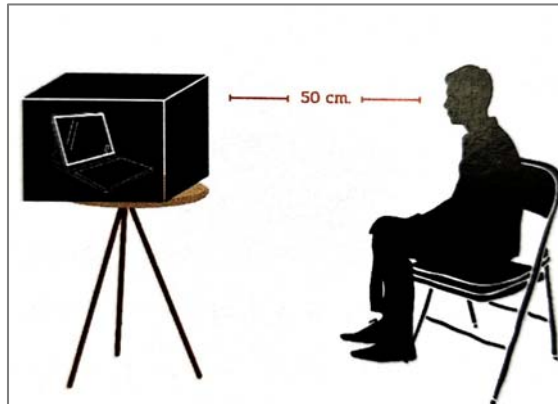
ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดวิธีการดำเนินงานวิจัยออกเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาค่าความเหมาะสมของอัตราส่วนแสง

1.1 ผลิตภาพถ่าย ผู้วิจัยผลิตภาพถ่ายโฆษณาอาหารคัสตินจำนวน 8 ภาพ โดยกำหนดคุณลักษณะของแสง เป็นแสงแข็ง 4 ภาพ และแสงนุ่ม 4 ภาพ กำหนดอัตราส่วนของแสง ได้แก่ 1:1 2:1 4:1 8:1 และกำหนดตัวแปรควบคุม ได้แก่ มุมกล้อง ขนาดรูรับแสง ค่าความไวแสง ค่าความเร็วชัตเตอร์ ขนาดภาพ ทางยาวโฟกัสของเลนส์ และความสูงของไฟให้เหมือนกันทุกภาพ

1.2 ทดลองความเหมาะสมของแสง ผู้วิจัยนำภาพถ่ายจากขั้นตอนที่ 1 ไปให้กลุ่มทดลอง ได้แก่ บุคคลที่ ออกกำลังกายและเล่นกีฬาในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 30 คน ชมภาพผ่านจอ Ipad ขนาด 10.2 นิ้ว ที่วางอยู่ใน กล่องทดลองควบคุมแสง และประเมินความเหมาะสมของอัตราส่วนแสงผ่านแบบสอบถามแบบออนไลน์ (ภาพที่ 4)



ภาพที่ 4 จำลองการมองภาพผ่านกล่องทดลองควบคุมแสง

ที่มา : ภาพโดยผู้วิจัย จารุณี เจริญรส, กัญญาณี บุญมีศักดิ์, จักรพงษ์ โมรราราช, และจิริยา ศักดิ์ดำรงกิจ

2. ผลิตภาพโฆษณาอาหารคัสติน

เมื่อได้ผลการประเมินความเหมาะสมจากขั้นตอนที่ 1 แล้ว นำผลการประเมินมาผลิตภาพถ่ายโฆษณาอาหารคัสติน จำนวน 2 ภาพ ได้แก่ ถ่ายภาพอาหารคัสตินโดยใช้แสงนุ่มจำนวน 1 ภาพ และ ถ่ายภาพอาหารคัสตินโดยใช้แสงแข็งจำนวน 1 ภาพ แบ่งกระบวนการผลิตออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

2.1 ขั้นตอนการวางแผนก่อนการผลิต (Pre-Production) คือ ขั้นตอนการกำหนดแนวคิด ออกแบบภาพร่าง จัดหาอุปกรณ์ประกอบฉากและอุปกรณ์สำหรับการถ่ายภาพ

2.2 ขั้นตอนการผลิต (Production) คือ ขั้นตอนการจัดองค์ประกอบภาพ จัดแสง และบันทึกภาพตามแผนที่กำหนดไว้

2.3 ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production) คือ ขั้นตอนการเลือกภาพ ปรับแต่ง และแก้ไขภาพให้สมบูรณ์

3. ประเมินผลความพึงพอใจที่มีต่อภาพโฆษณาอาหารคลีน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 1,201,532 คน (กรมโยธาธิการและผังเมือง, 2568) ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แนวคิดตามสูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และมีความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 10 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 99 คน อย่างไรก็ตาม เพื่อความน่าเชื่อถือของข้อมูลผู้วิจัยจึงเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 102 คน

การสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอิงความสะดวก (Convenience sampling)

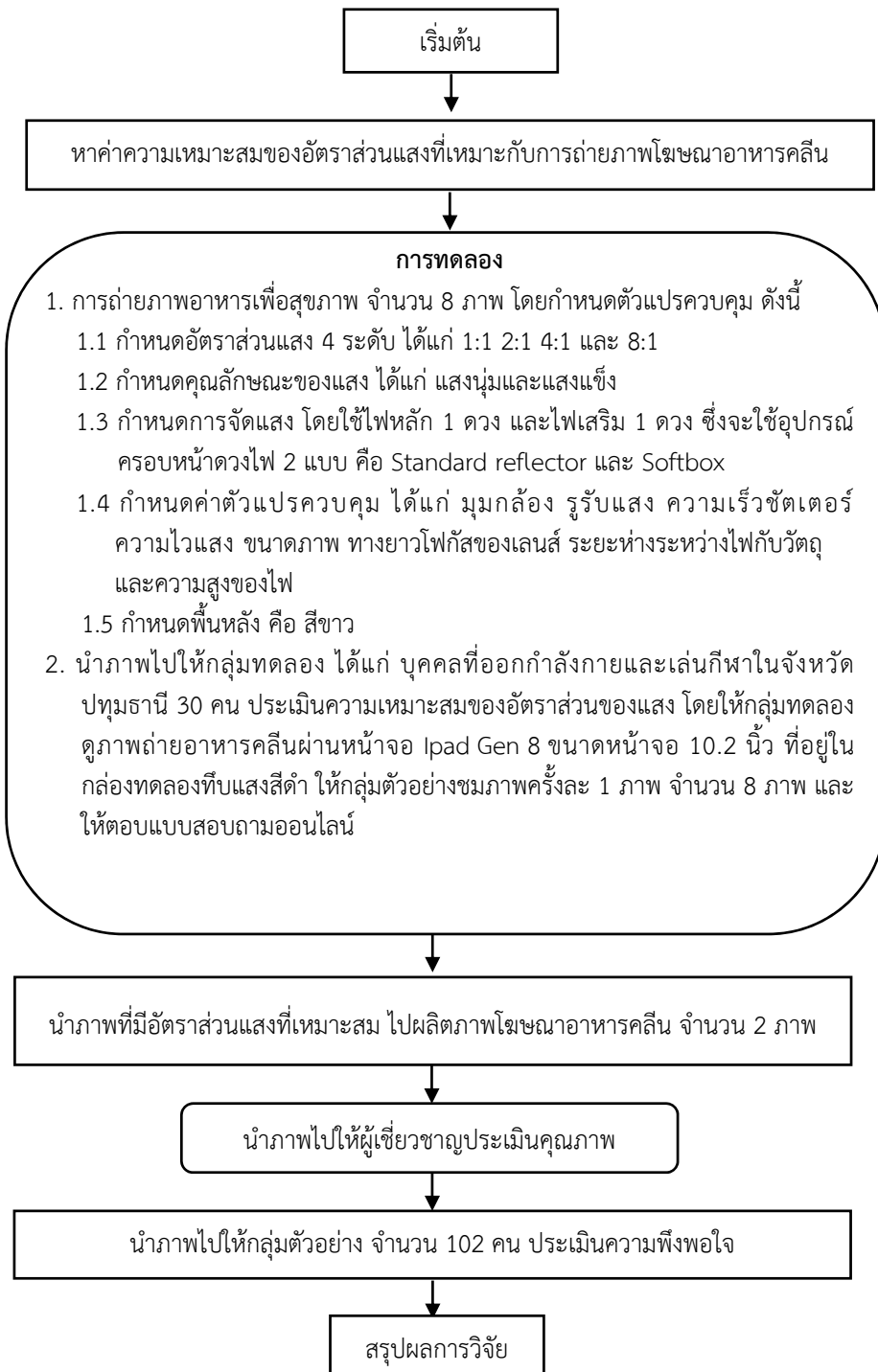
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ภาพโฆษณาอาหารคลีน จำนวน 2 ภาพ ได้แก่ ภาพอาหารคลีนที่จัดแสงโดยใช้แสงแข็ง จำนวน 1 ภาพ และภาพอาหารคลีนที่จัดแสงโดยใช้แสงนุ่ม จำนวน 1 ภาพ
2. แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อภาพถ่ายโฆษณาอาหารคลีน โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Multiple response) ส่วนที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อภาพถ่ายอาหารคลีนเป็นคำถามวัดระดับความพึงพอใจ ประเมินเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating scale) มี 5 ระดับ ตามวิธีของ Likert scale และ ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended question)

สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้ว ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเกณฑ์ประเมินเป็นแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ ตามวิธีของ Likert scale โดยกำหนดเกณฑ์การประเมินเป็นคะแนน ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 - 5.00	ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
3.41 - 4.20	ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
2.61 - 3.40	ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
1.81 - 2.60	ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
1.00 - 1.80	ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด



ภาพที่ 5 ขั้นตอนการวิจัย

ที่มา : ภาพโดยผู้วิจัย จารุณี เจริญรส, กัญญาณี บุญมีศักดิ์, จักรพงษ์ โมรรราช, และจิรายุ ศักดิ์ดำรงกิจ

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิจัย

1. ผลศึกษาค่าความเหมาะสมของอัตราส่วนแสงในการถ่ายภาพโฆษณาอาหารคลีน

ผลการประเมินความเหมาะสมของอัตราส่วนแสงของกลุ่มทดลองซึ่งเป็นบุคคลที่ออกกำลังกายและเล่นกีฬา ในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 30 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 20 คน (ร้อยละ 67) อายุ 21-30 ปี จำนวน 22 คน (ร้อยละ 73) การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 21 คน (ร้อยละ 70) อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 17 คน (ร้อยละ 57) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 12 คน (ร้อยละ 40) และมีพฤติกรรมเคยรับประทานอาหารคลีน จำนวน 27 คน (ร้อยละ 90) และส่วนใหญ่รับประทานอาหารคลีนสัปดาห์ละ 1-2 วัน จำนวน 18 คน (ร้อยละ 60)

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของกลุ่มทดลองต่ออัตราส่วนแสง (แสงนุ่ม) สำหรับการถ่ายภาพโฆษณาอาหารคลีน

ประเด็นคำถาม	ค่าเฉลี่ย (Mean) อัตราส่วนแสง (แสงนุ่ม)			
	1:1	2:1	4:1	8:1
ภาพอาหารคลีนมีความน่ารับประทาน	4.53	4.25	4.13	4.01
ภาพอาหารคลีนมีความสดใหม่	3.97	2.89	3.11	2.46
ภาพอาหารคลีนดูสะอาด	4.96	2.97	2.45	2.49
ภาพอาหารคลีนดูสุขภาพดี	4.44	2.78	3.63	2.98
ภาพอาหารคลีนดูสมจริง	3.99	2.65	2.33	2.48
ภาพอาหารคลีนดูมีมิติ	3.98	4.15	3.33	4.38
ภาพอาหารคลีนดูดึงดูดใจ	3.54	1.22	2.28	2.47
ภาพอาหารคลีนดูสีสดใส	4.09	4.11	3.12	4.28
รวม	4.19	3.13	3.05	3.19
แปลความหมาย	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่า อัตราส่วนแสงที่เหมาะสมสำหรับการถ่ายภาพโฆษณาอาหารคลีนที่จัดแสงโดยใช้แสงนุ่มมากที่สุด คือ อัตราส่วนแสง 1:1 คิดเป็นค่าเฉลี่ยที่ 4.19 รองลงมา คือ อัตราส่วนแสง 8:1 คิดเป็นค่าเฉลี่ยที่ 3.19 อัตราส่วนแสง 2:1 คิดเป็นค่าเฉลี่ยที่ 3.13 และอัตราส่วนแสง 4:1 คิดเป็นค่าเฉลี่ยที่ 3.05 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของกลุ่มทดลองต่ออัตราส่วนแสง (แสงแข็ง) สำหรับการถ่ายภาพโฆษณาอาหารคลีน

ประเด็นคำถาม	ค่าเฉลี่ย (Mean) อัตราส่วนแสง (แสงแข็ง)			
	1:1	2:1	4:1	8:1
ภาพอาหารคลีนมีความน่ารับประทาน	4.90	3.98	4.13	3.55
ภาพอาหารคลีนมีความสดใหม่	2.96	3.75	2.55	2.97
ภาพอาหารคลีนดูสะอาด	3.61	3.98	3.15	3.10
ภาพอาหารคลีนดูสุขภาพดี	4.11	4.97	3.56	3.45
ภาพอาหารคลีนดูสมจริง	2.98	2.75	2.55	2.46
ภาพอาหารคลีนดูมีมิติ	3.48	2.75	4.12	3.98
ภาพอาหารคลีนดูดึงดูดใจ	2.41	4.79	3.10	1.96
ภาพอาหารคลีนดูสีสดใส	4.95	4.49	4.85	3.97
รวม	3.68	3.93	3.50	3.18
แปลความหมาย	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า อัตราส่วนแสงที่เหมาะสมสำหรับการถ่ายภาพโฆษณาอาหารคลีนโดยใช้แสงแข็งมากที่สุด คือ อัตราส่วนแสง 2:1 คิดเป็นค่าเฉลี่ยที่ 3.93 รองลงมา คือ อัตราส่วนแสง 1:1 คิดเป็นค่าเฉลี่ยที่ 3.68 อัตราส่วนแสง 4:1 คิดเป็นค่าเฉลี่ยที่ 3.50 และอัตราส่วนแสง 8:1 คิดเป็นค่าเฉลี่ยที่ 3.18 ตามลำดับ

2. กระบวนการผลิตภาพถ่ายโฆษณาอาหารคลีน

จากผลการศึกษาอัตราส่วนของแสงตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 1 ข้างต้น ผู้วิจัยได้นำผลการศึกษามาวางแผนผลิตภาพถ่ายโฆษณาอาหารคลีน โดยแบ่งเป็นขั้นตอน ดังนี้

2.1 ขั้นตอนการเตรียมการก่อนการผลิตภาพถ่าย (Pre-Production) ประกอบด้วย

2.1.1 กำหนดแนวคิด (Concept) ในการถ่ายภาพโฆษณา โดยแนวคิดที่ใช้ในการถ่ายภาพเพื่อการโฆษณาอาหารคลีน คือ "Clean & Fresh" เน้นการทานอาหารสดใหม่ ไม่ผ่านการแปรรูปจากสารเคมี ปราศจากสารเติมแต่ง เพื่อให้ร่างกายได้รับสารอาหารจากธรรมชาติอย่างเต็มที่ ส่งเสริมสุขภาพดี ควบคุมน้ำหนัก และเสริมภูมิคุ้มกัน

2.1.2 กำหนดเมนูอาหาร ได้แก่ สลัดอกไก่หนึ่งซึ่งเป็นอาหารที่มีไขมันต่ำ ผ่านขั้นตอนการปรุงแต่งน้อย ตกแต่งจานด้วยผักที่มีสีสดใส เพื่อเพิ่มความน่ารับประทาน ได้แก่ กรีนโครอล เรดโครอล ฟิลเลย์ไอซ์เบิร์ก แครอท มะเขือเทศ ข้าวโพดต้ม งาขาว และงาดำ

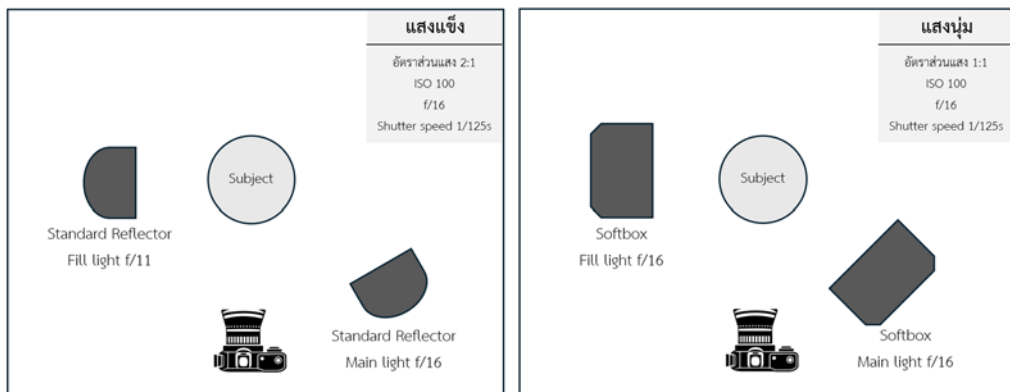
2.1.3 จัดทำแบบร่าง (Layout) การจัดวางองค์ประกอบของวัตถุดิบต่าง ๆ ของอาหารคลีน กำหนดอุปกรณ์ประกอบฉาก และองค์ประกอบต่าง ๆ ของภาพ (ภาพที่ 6)



ภาพที่ 6 แบบร่างภาพอาหารคลีน

ที่มา : ภาพโดยผู้วิจัย จารุณี เจริญรส, กัญญาณี บุญมีศักดิ์, จักรพงษ์ โมรรราช, และจิริยา ศักดิ์ดำรงกิจ

2.1.4 ออกแบบผังไฟสำหรับถ่ายภาพโฆษณาอาหารคลีน กำหนดอัตราส่วนแสงจากผลการศึกษาค่าความเหมาะสมของอัตราส่วนแสงตามวัตถุประสงค์ข้อ 1 ได้แก่ การถ่ายภาพอาหารคลีนที่จัดแสงโดยใช้แสงแข็ง อัตราส่วนแสง 2:1 และการถ่ายภาพอาหารคลีนที่จัดแสงโดยใช้แสงนุ่ม อัตราส่วนแสง 1:1 (ภาพที่ 7)



ภาพที่ 7 ผังไฟที่จัดแสงโดยใช้แสงแข็งและแสงนุ่ม

ที่มา : ภาพโดยผู้วิจัย จารุณี เจริญรส, กัญญาณี บุญมีศักดิ์, จักรพงษ์ โมรรราช, และจิริยา ศักดิ์ดำรงกิจ

2.2 ขั้นตอนการผลิต (Production)

2.2.1 จัดเตรียมสถานที่ ติดตั้งอุปกรณ์ถ่ายภาพ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการถ่ายภาพอาหารคลีน

2.2.2 จัดองค์ประกอบให้ตรงตามแบบร่าง (Layout) ที่วางแผนไว้ จัดเตรียมอุปกรณ์ประกอบฉาก โดยการนำอุปกรณ์ประกอบต่าง ๆ มาจัดวางตามแบบร่าง และจัดเรียงผักที่เตรียมไว้ลงในภาชนะให้สวยงามตามความเหมาะสม

2.2.3 จัดแสงตามแผนการถ่ายภาพ การถ่ายภาพอาหารคลีนที่จัดแสงโดยใช้แสงแข็ง ไฟหลักอยู่เฉียงหน้า กำหนดค่า f/stop ที่ f/16 และมีไฟลบน้อยทางด้านซ้าย กำหนดค่า f/stop ที่ f/8 การถ่ายภาพอาหารคลีนที่จัดแสงโดยใช้แสงนุ่ม ไฟหลักอยู่เฉียงหน้า กำหนดค่า f/stop ที่ f/16 และมีไฟลบน้อยทางด้านซ้าย กำหนดค่า f/stop ที่ f/16 บันทึกภาพตามที่กำหนด โดยการตั้งค่าอุปกรณ์การถ่ายภาพ คือ กำหนดขนาดของรูรับแสง ที่ f/16 ISO 100 Shutter Speed 1/125 กำหนดทางยาวโฟกัส 90 มม. กำหนดขนาดของภาพเป็นขนาด Full Shot กำหนดมุมกล้องระดับ 45 องศา พร้อมทั้งติดตั้ง Wireless Trigger ในการเชื่อมต่อไฟแฟลช ในการถ่ายภาพกับหัวไฟแฟลช Power Pack เมื่อตั้งค่าอุปกรณ์เรียบร้อยแล้วจึงบันทึกภาพ (ภาพที่ 8)



ภาพที่ 8 ติดตั้งอุปกรณ์และจัดแสงสำหรับการถ่ายภาพ

ที่มา : ภาพโดยผู้วิจัย จารุณี เจริญรส, กัญญาณี บุญมีศักดิ์, จักรพงษ์ โมรราราช, และจรรย์ ศักดิ์ดำรงกิจ

2.3 ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production)

2.3.1 นำไฟล์ภาพไปปรับองค์ประกอบภาพให้มีความสมบูรณ์

2.3.2 นำภาพถ่ายไปให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านถ่ายภาพจำนวน 3 ท่าน ประเมินคุณภาพ

ผลการประเมินคุณภาพของถ่ายภาพอาหารคลีนที่จัดแสงโดยใช้แสงแข็งอัตราส่วนแสง 2:1

(1) ด้านความเหมาะสมขององค์ประกอบภาพ พบว่า การจัดองค์ประกอบบนโต๊ะอาหารควรปรับมุมจานเล็กน้อยตามเข็มนาฬิกาและยกมุมกล้องให้สูงขึ้น เพื่อให้เห็นมิติและหน้าตาของอาหารชัดเจนขึ้น โดยรวมการจัดองค์ประกอบภาพถือว่าเหมาะสมดีแล้ว

(2) ด้านความเหมาะสมของอุปกรณ์ประกอบฉาก พบว่า น้ำส้มอาจไม่เหมาะกับอาหารคลีนเนื่องจากน้ำตาลสูง ควรเปลี่ยนเป็นผลไม้สด น้ำเปล่า หรือกาแฟดำแทน ส่วนอุปกรณ์ประกอบฉากเหมาะสมดีแต่การจัดงานบางส่วนอาจไม่เข้ากัน เช่น การใช้เกลือและงาร่วมกัน

(3) ด้านความเหมาะสมของการจัดแสง พบว่า ควรปรับทิศทางแสง เพื่อให้ภาพดูน่ารับประทานและดึงดูดมากขึ้น การใช้แสงเฉียงหน้าทำให้อาหารดูแห้งควรใช้แสงเฉียงหลังเพื่อสร้างมิติและทำให้อาหารน่าสนใจขึ้น

(4) ด้านสื่อความหมายตามแนวคิด พบว่า การจัดงานอาหารสอดคล้องกับหลักโภชนาการและการเสิร์ฟครบ 5 หมู่ แต่ภาพยังดูแห้งและขาดมิติ แม้ว่าจะสามารถสื่อความหมายตามแนวคิดได้ดี

(5) ด้านความสดใหม่และดูน่ารับประทาน พบว่า การจัดแสงที่เหมาะสมช่วยให้ภาพอาหารดูน่ารับประทานและชวนให้อยากรับประทานมากขึ้น ทั้งยังส่งเสริมความสดใหม่และความรู้สึกสดชื่นของวัตถุดิบ

(6) ด้านความเหมาะสมที่จะนำไปใช้สำหรับประกอบการโฆษณา พบว่า ภาพถ่ายมีความเหมาะสมสำหรับการโฆษณา โดยภาพถ่ายอาหารคลีนที่ใช้แสงนุ่มอัตราส่วนแสง 1:1 สามารถนำไปใช้ได้เลย ขณะที่ภาพถ่ายอาหารคลีนที่ใช้แสงแข็งอัตราส่วนแสง 2:1 ยังมีโอกาสปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น

ผลการประเมินคุณภาพของภาพถ่ายอาหารคลีนโดยใช้แสงนุ่มอัตราส่วนแสง 1:1

(1) ด้านความเหมาะสมขององค์ประกอบภาพ พบว่า องค์ประกอบภาพโดยรวมเหมาะสม แต่ควรปรับมุมมองด้วยการหมุนจานเล็กน้อยตามเข็มนาฬิกาและยกมุมกล้องให้สูงขึ้น เพื่อให้เห็นหน้าตาอาหารและมิติของจานได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

(2) ด้านความเหมาะสมของอุปกรณ์ประกอบฉาก พบว่า อุปกรณ์ประกอบฉากเหมาะสมและเข้ากับเมนูอาหาร แต่ควรระวังการใช้เกลือและจาร์ร่วมกัน เพราะอาจดูคล้ายมด และแนะนำให้เพิ่มขนมปังกรอบในจานสลัด เพื่อให้การนำเสนอชัดเจนและน่าสนใจยิ่งขึ้น

(3) ด้านความเหมาะสมของการจัดแสง พบว่า การจัดแสงช่วยให้อาหารดูน่ารับประทานยิ่งขึ้น โดยเฉพาะเนื้ออกไก่ที่ดูนุ่มน่ากิน อย่างไรก็ตาม ควรปรับปรุง White Balance เพื่อลดโทนสีเหลืองที่มากเกินไป ทำให้ภาพดูสมดุลและสะอาดขึ้น

(4) ด้านสื่อความหมายตามแนวคิด พบว่า ภาพถ่ายสามารถสื่อความหมายได้ดีและดูเป็นธรรมชาติ แต่อุปกรณ์ประกอบฉากบางอย่างอาจยังไม่ตรงตามคอนเซ็ปต์ (Concept) และต้องปรับให้ดึงดูดมากขึ้น

(5) ด้านความสดใหม่ ดูน่ารับประทาน พบว่า ภาพถ่ายสะท้อนถึงความสดใหม่และน่ารับประทาน

(6) ด้านความเหมาะสมที่จะนำไปใช้สำหรับประกอบการโฆษณา พบว่า ภาพถ่ายเหมาะสำหรับใช้ในการโฆษณา แต่ควรปรับปรุงเรื่องแสงและ White Balance เพื่อให้ภาพสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ ผลการประเมินด้านข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน พบว่า ผู้เชี่ยวชาญให้คำนี้ถึงเรื่องของการปรับตั้งค่า White Balance ให้ตรง เนื่องจากจะมีผลต่อสีของภาพ ผู้วิจัยได้ปรับแก้ไขภาพตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญจนได้ภาพโฆษณาฉบับสมบูรณ์ (ภาพที่ 9-10)



ภาพที่ 9 ภาพถ่ายอาหารคลีนที่จัดแสงด้วยแสงแข็ง อัตราส่วนแสง 2:1 ฉบับสมบูรณ์
ที่มา : ภาพโดยผู้วิจัย จารุณี เจริญรส, กัญญาณี บุญมีศักดิ์, จักรพงศ์ โมรราราช, และจิรายุ ศักดิ์ดำรงกิจ



ภาพที่ 10 ภาพถ่ายอาหารคลีนที่จัดแสงด้วยแสงนุ่ม อัตราส่วนแสง 1:1 ฉบับสมบูรณ์
ที่มา : ภาพโดยผู้วิจัย จารุณี เจริญรส, กัญญาณี บุญมีศักดิ์, จักรพงศ์ โมรราราช, และจิรายุ ศักดิ์ดำรงกิจ

3. ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อภาพโฆษณาอาหารคลีน

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อภาพโฆษณาอาหารคลีนของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 102 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 66 คน (ร้อยละ 65) อายุ 21-30 ปี จำนวน 83 คน (ร้อยละ 81) การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 82 คน (ร้อยละ 80) อาชีพพนักงาน/นักศึกษา จำนวน 75 คน (ร้อยละ 74) รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 49 คน (ร้อยละ 48)

ตารางที่ 3 ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อภาพโฆษณาอาหารคลีนจัดแสงโดยใช้แสงแข็ง อัตราส่วนแสง 2:1

ประเด็นคำถาม	M	แปลความหมาย
1. แสงในภาพถ่ายอาหารคลีนมีความเหมาะสม	4.35	มากที่สุด
2. สีสีนภาพถ่ายอาหารคลีนมีความสวยงามน่ารับประทาน	4.41	มากที่สุด
3. อุปกรณ์ประกอบฉากมีความเหมาะสม	4.35	มากที่สุด
4. ภาพถ่ายอาหารคลีนแสดงให้เห็นถึงความสะอาดและความสดใหม่	4.28	มากที่สุด
5. ภาพถ่ายอาหารคลีนแสดงให้เห็นความเป็นอาหารคลีน	4.38	มากที่สุด
6. ภาพถ่ายอาหารคลีนมีความชัด	4.41	มากที่สุด
7. ภาพถ่ายอาหารคลีนมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการโฆษณา	4.39	มากที่สุด
8. ภาพถ่ายอาหารคลีนสามารถจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อ	4.20	มากที่สุด
9. ภาพถ่ายอาหารคลีนมีความสวยงามและน่าสนใจ	4.40	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.35	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อภาพโฆษณาอาหารคลีนจัดแสงโดยใช้แสงแข็ง พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อภาพโฆษณาอาหารคลีนที่จัดแสงโดยใช้แสงแข็งอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย 4.35 โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อสีสีนภาพถ่ายอาหารคลีนมีความสวยงามน่ารับประทาน และภาพถ่ายอาหารคลีนมีความชัดมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.41 รองลงมา ได้แก่ ภาพถ่ายอาหารคลีนมีความสวยงามและน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.40 ภาพถ่ายอาหารคลีนมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการโฆษณา มีค่าเฉลี่ย 4.39 ภาพถ่ายอาหารคลีนแสดงให้เห็นความเป็นอาหารคลีน มีค่าเฉลี่ย 4.38 แสงในภาพถ่ายอาหารคลีนมีความเหมาะสมและอุปกรณ์ประกอบฉากมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.35 เท่ากัน ภาพถ่ายอาหารคลีนแสดงให้เห็นถึงความสะอาดและความสดใหม่ มีค่าเฉลี่ย 4.28 และภาพถ่ายอาหารคลีนสามารถจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.20

ตารางที่ 4 ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อภาพโฆษณาอาหารคลีนจัดแสงโดยใช้แสงนุ่ม อัตราส่วน 1:1

ประเด็นคำถาม	M	แปลความหมาย
1. แสงในภาพถ่ายอาหารคลีนมีความเหมาะสม	4.21	มากที่สุด
2. สีสีนภาพถ่ายอาหารคลีนมีความสวยงามน่ารับประทาน	4.48	มากที่สุด
3. อุปกรณ์ประกอบฉากมีความเหมาะสม	4.38	มากที่สุด
4. ภาพถ่ายอาหารคลีนแสดงให้เห็นถึงความสะอาดและความสดใหม่	4.28	มากที่สุด
5. ภาพถ่ายอาหารคลีนแสดงให้เห็นความเป็นอาหารคลีน	4.22	มากที่สุด
6. ภาพถ่ายอาหารคลีนมีความชัด	4.37	มากที่สุด
7. ภาพถ่ายอาหารคลีนมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการโฆษณา	4.35	มากที่สุด
8. ภาพถ่ายอาหารคลีนสามารถจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อ	4.36	มากที่สุด
9. ภาพถ่ายอาหารคลีนมีความสวยงามและน่าสนใจ	4.39	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.34	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อภาพโฆษณาอาหารคลีนที่จัดแสงโดยใช้แสงนุ่ม พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อภาพโฆษณาอาหารคลีนที่จัดแสงโดยใช้แสงนุ่มอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.34 โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อสีสีนภาพถ่ายอาหารคลีนมีความสวยงามน่ารับประทานมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.48

รองลงมา ได้แก่ ภาพถ่ายอาหารคลีนมีความสวยงามและน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.39 อุปกรณ์ประกอบฉากมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.38 ภาพถ่ายอาหารคลีนมีความชัด มีค่าเฉลี่ย 4.37 ภาพถ่ายอาหารคลีนสามารถจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.36 ภาพถ่ายอาหารคลีนมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการโฆษณา มีค่าเฉลี่ย 4.35 ภาพถ่ายอาหารคลีนแสดงให้เห็นถึงความสะอาดและความสดใหม่ มีค่าเฉลี่ย 4.28 ภาพถ่ายอาหารคลีนแสดงให้เห็นความเป็นอาหารคลีน มีค่าเฉลี่ย 4.22 และแสงในภาพถ่ายอาหารคลีนมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.21

อภิปรายผล

ผลการศึกษาค่าความเหมาะสมของอัตราส่วนแสงในการถ่ายภาพโฆษณาอาหารคลีน พบว่า อัตราส่วนแสงที่เหมาะสมกับภาพอาหารคลีนที่จัดแสงโดยใช้แสงแข็ง ได้แก่ อัตราส่วนแสง 2:1 ผู้วิจัยมีความเห็นว่าอาจเป็นเพราะอัตราส่วนแสง 2:1 เป็นแสงที่มีความแตกต่างระหว่างส่วนสว่างและส่วนเงาหรือเรียกว่าความเปรียบต่างแสง (Contrast) อยู่ในระดับน้อยหรือมีความเปรียบต่างต่ำ (Low contrast) ทำให้เกิดเงาเล็กน้อย มีความนุ่มนวลดูเป็นธรรมชาติ แสงโดยรวมยังคงมีความสว่างจึงทำให้เห็นรายละเอียดและสีสันทของภาพได้ชัดเจน นอกจากนี้ แสงแข็งเป็นแสงที่ส่องสว่างไปยังวัตถุโดยตรง ทำให้มีความแตกต่างระหว่างพื้นที่ส่วนสว่างและส่วนมืดชัดเจน ช่วยให้ภาพดูมีมิติ สอดคล้องกับภักตร์พินล เสนีย์ (2548) อธิบายว่า แสงแข็งช่วยสร้างเงาที่คมชัด ส่งผลให้ภาพมีความชัดเจน รวมถึงเพิ่มความลึกและมิติให้กับองค์ประกอบภายในภาพ ลักษณะของแสงแข็งที่มีความเปรียบต่างยังช่วยเสริมให้ภาพมีความหนักแน่น ทรงพลัง และสื่อถึงอารมณ์ที่จริงจังและเข้มข้นมากยิ่งขึ้น และอัตราส่วนแสงที่เหมาะสมกับการถ่ายภาพอาหารคลีนที่จัดแสงโดยใช้แสงนุ่ม ได้แก่ อัตราส่วนแสง 1:1 ผู้วิจัยมีความเห็นว่า อาจเป็นเพราะอัตราส่วนแสง 1:1 เป็นแสงที่ไม่มีมีความแตกต่างระหว่างส่วนสว่างและส่วนมืด มีการกระจายแสงเท่ากันทั่วทั้งภาพ ส่งผลให้ภาพดูสว่าง เห็นรายละเอียดและสีสันทของอาหารได้ชัดเจน ประกอบกับแสงนุ่มเป็นแสงที่มีการกระจายตัวของแสงมาจากหลายทิศทาง ทำให้เกิดแสงที่นุ่มนวล ไม่แข็งกระด้าง และดูเป็นธรรมชาติ สอดคล้องกับเยาวารณ พันธุ์เพ็ง (2565) อธิบายว่า แสงนุ่มมีระดับของแสงที่ต่ำ แสงจะไม่ได้อ้อมมาที่วัตถุโดยตรงทำให้ปริมาณแสงน้อยและมีการกระจายตัวสูง ไล่ระดับความสว่างและเงาจึงให้ความรู้สึกที่นุ่มนวล

ผลการศึกษาการผลิตภาพถ่ายโฆษณาอาหารคลีน พบว่า กระบวนการผลิตภาพถ่ายโฆษณาอาหารคลีนมี 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนการเตรียมการก่อนการผลิต ขั้นตอนการผลิต และขั้นตอนหลังการผลิต จากผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ พบว่า ภาพถ่ายสามารถนำไปใช้ในการโฆษณาได้ ผู้วิจัยมีความเห็นว่า อาจเพราะในขั้นตอนการผลิต ผู้วิจัยให้ความสำคัญกับทุกขั้นตอนโดยเฉพาะขั้นตอนการเตรียมการก่อนการผลิต ผู้วิจัยวางแผนการผลิตเป็นอย่างดี จึงทำให้ผลิตภาพถ่ายได้ตรงตามวัตถุประสงค์ สอดคล้องกับ Zukowski (2014) กล่าวว่า การเตรียมการที่ดีจะช่วยให้กระบวนการถ่ายภาพมีประสิทธิภาพและผลลัพธ์ที่ออกมาน่าพึงพอใจ การเตรียมการประกอบด้วยการวางแผนการถ่ายภาพ เช่น การจัดเตรียมอุปกรณ์ การจัดเตรียมวัตถุ癖 และการตั้งค่าแสง ทั้งนี้ การวางแผนที่ดีสามารถช่วยให้การถ่ายภาพเป็นไปอย่างราบรื่นและตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

ผลการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อภาพโฆษณาอาหารคลีน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อภาพโฆษณาอาหารคลีนที่ใช้แสงแข็ง อัตราส่วนแสง 2:1 และภาพโฆษณาอาหารคลีนที่ใช้แสงนุ่ม อัตราส่วนแสง 1:1 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าสีสันทภาพถ่ายอาหารคลีนมีความสวยงามน่ารับประทานมากที่สุดเหมือนกันทั้งสองภาพ ในทัศนะของผู้วิจัยมีความเห็นว่า การถ่ายภาพโดยใช้แสงแข็งซึ่งเป็นแสงที่ส่องไปยังอาหารโดยตรงทำให้ภาพอาหารดูสดใหม่ มีสีสันทสดใส ประกอบกับการกำหนดอัตราส่วนแสง 2:1 ซึ่งมีความต่างกันระหว่างส่วนสว่างและส่วนมืด จึงทำให้ภาพมีความคมชัด มีมิติ และช่วยส่งเสริมให้เห็นสีสันทของอาหารที่ชัดเจนมากขึ้น สอดคล้องกับภักตร์พินล เสนีย์ (2548) อธิบายว่า แสงแข็งเป็นแสงที่มีปริมาณความเข้มสูงและส่องกระทบวัตถุ

โดยตรงทำให้เกิดเงาซึ่งบนวัตถุที่ต้องการถ่ายภาพ โดยแสงแข็งช่วยสร้างเงาที่คมชัด ส่งผลให้ภาพมีความชัดเจน รวมถึงเพิ่มความลึกและมิติให้กับองค์ประกอบภายในภาพ สำหรับการถ่ายภาพอาหารคลีนโดยใช้แสงนุ่ม ซึ่งเป็นแสงที่ส่องผ่านตัวกลางหรือแสงที่สะท้อนมาจากวัตถุอื่น เช่น สะท้อนมาจากผนัง แผ่นโฟม ทำให้แสงเกิดการกระจายตัว ไม่ได้ส่องมายังวัตถุโดยตรงจึงทำให้แสงมีความนุ่มนวล ช่วยให้ภาพอาหารดูสะอาด เป็นธรรมชาติ ประกอบกับการกำหนดอัตราส่วนของแสง 1:1 ที่มีปริมาณแสงในส่วนสว่างและส่วนมืดเท่ากัน ทำให้ภาพอาหารมีความสว่างทั่วทั้งภาพ ส่งผลให้เห็นรายละเอียดและสีส้มของอาหารได้อย่างชัดเจน สอดคล้องกับปรมัยวัฒน์ เก่งงาน (2559) กล่าวว่า อัตราส่วนแสงระหว่างแสงหลักและแสงเสริมที่ 1:1 ทำให้รู้สึกดีต่อภาพถ่ายภาพอาหารมากที่สุด และเมื่อปริมาณแสงเสริมเพิ่มขึ้น ความรู้สึกที่มีต่อภาพถ่ายจะดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ ยังพบว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกขวนมอม คุณภาพสูง น่ากิน และดูมีราคา

อาหารคลีน คืออาหารเพื่อสุขภาพที่จะต้องมีความสด สะอาด ปราศจากการปรุงแต่งหรือมีการปรุงแต่งน้อยที่สุด วัตถุประสงค์ของการถ่ายภาพอาหารคลีนให้ดูน่ารับประทาน คือ การนำเสนอให้เห็นความสด สะอาด มีสีส้มสดใส ขวนรับประทาน การเลือกใช้แสงและการกำหนดอัตราส่วนแสงที่เหมาะสมจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ช่างภาพต้องคำนึงถึง อย่างไรก็ตาม การจัดแสงให้เหมาะสมเพียงอย่างเดียวอาจยังไม่สามารถสื่อสารวัตถุประสงค์ที่ต้องการนำเสนอได้ทั้งหมด ช่างภาพจะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบอื่น ๆ เช่น การจัดจาน การเลือกอุปกรณ์ประกอบฉาก การจัดองค์ประกอบภาพ และการควบคุมอุณหภูมิสีของแสงให้เหมาะสมด้วย เนื่องจากองค์ประกอบเหล่านี้มีผลต่อการสื่อสารเรื่องราวในภาพด้วยเช่นกัน

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะในการใช้ประโยชน์

ผลการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อภาพโฆษณาอาหารคลีน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อภาพอาหารคลีนที่จัดแสงโดยใช้แสงแข็งในอัตราส่วนแสง 2:1 และแสงนุ่มในอัตราส่วนแสง 1:1 อยู่ในระดับมาก และผลการประเมินคุณภาพของภาพจากผู้เชี่ยวชาญ พบว่า ภาพโฆษณาอาหารคลีนทั้ง 2 ภาพ สามารถนำไปใช้โฆษณาได้ ดังนั้น การถ่ายภาพอาหารเพื่อการโฆษณา หากต้องการนำเสนอให้เห็นถึงความมีมิติ สีส้มสดใสควรเลือกใช้แสงแข็งและกำหนดอัตราส่วนแสง 2:1 เนื่องจากอัตราส่วนแสงที่มีความต่างกันจะช่วยให้เห็นแสงและเงาที่ชัดเจน ช่วยให้ภาพสดใสและน่ารับประทาน แต่หากต้องการภาพอาหารที่ดูนุ่มนวล มีความเป็นธรรมชาติ ดูสะอาด ควรเลือกใช้แสงนุ่มและกำหนดอัตราส่วนแสง 1:1 เนื่องจากแสงนุ่มจะช่วยให้ภาพดูนุ่มนวล เป็นธรรมชาติ ลดความตัดกันระหว่างส่วนสว่างและส่วนมืด ช่วยเปิดรายละเอียดทำให้ภาพอาหารดูน่ารับประทาน

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. การถ่ายภาพอาหารคลีน ช่างภาพจะต้องคำนึงถึงความถูกต้องของอุปกรณ์ประกอบฉาก เนื่องจากอุปกรณ์ประกอบฉากเป็นปัจจัยสำคัญในการเล่าเรื่อง ดังนั้น การเลือกอุปกรณ์ประกอบฉากจึงจำเป็นต้องเลือกให้เหมาะสม
2. การถ่ายภาพอาหาร ทิศทางของแสงเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ภาพอาหารดูน่ารับประทาน การเลือกทิศทางแสงที่เหมาะสมอาจทำให้ภาพมีมิติและทำให้อาหารน่าสนใจขึ้น ดังนั้น ช่างภาพควรพิจารณาเรื่องทิศทางของแสง เช่น แสงเฉียงหลัง ที่ช่วยให้อาหารมีมิติ
3. การควบคุมอุณหภูมิสีในการถ่ายภาพอาหารเป็นกระบวนการที่สำคัญในการทำให้ภาพถ่ายดูน่ารับประทานและสมจริง ดังนั้น ช่างภาพควรเลือกอุณหภูมิสีที่เหมาะสมกับอาหาร

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ศึกษาทิศทางแสงที่เหมาะสมสำหรับการถ่ายภาพอาหาร
2. ศึกษาอุณหภูมิสีที่เหมาะสมสำหรับการถ่ายภาพอาหารประเภทต่าง ๆ
3. ศึกษาเทคนิคการจัดจานอาหารและการจัดองค์ประกอบภาพสำหรับการถ่ายภาพอาหาร

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กรมโยธาธิการและผังเมือง. (2568, 24 มิถุนายน). รายงานประจำปี 2567 กรมโยธาธิการและผังเมือง กระทรวงมหาดไทย. <https://library.dopa.go.th/manual-resources/685a20832f46a>
- กรุงเทพธุรกิจ. (2566, 22 กุมภาพันธ์). ธุรกิจ ‘อาหารเพื่อสุขภาพ’ ยุคใหม่ ทำอย่างไรให้ตอบโจทย์ คนทุกวัย. <https://www.bangkokbiznews.com/health/well-being/1054386>
- ดร.ณิวัลย์ วจโรดมวิจิตร. (2560, 24 เมษายน). กินคลีนอย่างไรให้ถูกวิธี. <https://www.rama.mahidol.ac.th/ramachannel/article>
- ปรมัยวัฒน์ เก่งงาน.(2559). อิทธิพลของอัตราส่วนแสงในการถ่ายภาพอาหารที่มีต่อความรู้สึกของผู้บริโภค [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี]
- ภัคตร์พิมล เสนีย์. (2548). การถ่ายภาพเพื่อการสื่อสาร. ศูนย์เทคโนโลยีการพิมพ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ภัคตร์พิมล เสนีย์. (2550). ออบดิกส์ทางการถ่ายภาพ. ศูนย์เทคโนโลยีการพิมพ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- เยาวนารถ พันธุ์เพ็ง. (2565, 25 เมษายน). กระบวนการผลิตภาพถ่ายโฆษณา. <https://www.chonburi.spu.ac.th/comm/admin/knowledge/A4023.pdf>
- สุทัศน์ บุรีภักดี. (2544). เทคนิคการจัดแสงเพื่อการถ่ายทำภาพยนตร์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อรรวรรณ สมุห์เสนีโตและศิวพร เสาวคนธ์. (2567). ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการแต่งภาพในการซื้อขายสินค้าออนไลน์ประเภทเครื่องแต่งกาย. *Interdisciplinary Academic and Research Journal*, 4 (1), 711-720.
- Karn Triamsiriworakul. (2564, 15 ตุลาคม). ความสำคัญและเทคนิคการถ่ายภาพอาหารที่แบรนด์ควรรู้. <https://www.unboxbkk.com/blog/food-photography/>
- MGR Online. (2558, 25 ธันวาคม). อาหารคลีน. <https://mgronline.com/qol/detail/9580000140322>
- NOK THANAPHON. (2562, 8 มกราคม). ประเภทของอาหารเพื่อสุขภาพ. <https://healthyHealth099.blogspot.com>
- Unileverfoodsolutions (2568, 25 สิงหาคม). เทคนิคการตลาดร้านอาหารผ่านสื่อสังคมออนไลน์. <https://www.unileverfoodsolutions.co.th/th/chef-inspiration/restaurant-marketing/social-media-marketing-for-restaurants.html>

ภาษาอังกฤษ

- Zukowski, A. (2014). *The art of photography: A personal approach to artistic expression*. Rocky Nook.