

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

การพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ทำให้เกิดการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ (AI-Generated Content: AIGC) มาประยุกต์ใช้อย่างกว้างขวางในวงการสร้างสรรค์เนื้อหา โดยเฉพาะใน อุตสาหกรรมการถ่ายภาพธุรกิจ ซึ่งกำลังเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านการผลิต รูปแบบการแสดงออก ความคิดสร้างสรรค์ ต้นทุนการดำเนินงาน และประเด็นด้านลิขสิทธิ์ การมาของ AIGC จึงมิได้เป็นเพียงการเพิ่มเครื่องมือสร้างสรรค์ใหม่ ๆ เท่านั้น แต่ยังสร้างความท้าทายและข้อพิจารณาที่สำคัญต่อผู้ประกอบการวิชาชีพและอุตสาหกรรมภาพถ่ายโดยรวม

ข้อมูลการวิจัยตลาดระดับโลกสะท้อนถึงการเติบโตอย่างชัดเจน โดยตลาด AIGC ทั่วโลกมีมูลค่า 1.6 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2023 และคาดว่าจะขยายตัวถึง 18.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2030 ด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) 25.39% (Verified Market Research, 2025) ขณะเดียวกัน ตลาด AI Image Generator มีมูลค่า 299.295 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2023 และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 917.448 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2030 ด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี 17.4% (Fortune Business Insights, 2023) ตัวเลขเหล่านี้ชี้ให้เห็นว่าการประยุกต์ใช้ AIGC มีศักยภาพสูงที่จะเข้ามากำหนดทิศทางอุตสาหกรรมภาพถ่ายในอนาคต

ในด้านเทคโนโลยี สถิติระบุว่า 80% ของสมาร์ทโฟนจะมีกล้องที่ขับเคลื่อนด้วย AI ภายในปี 2024 (ArtSmart AI, 2024) ซึ่งแสดงถึงแนวโน้มที่ AI จะกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันและทำให้เทคนิคการถ่ายภาพขั้นสูงเข้าถึงได้ง่ายขึ้น เทคโนโลยีดังกล่าวยังช่วยช่างภาพปรับแต่งองค์ประกอบ เช่น ความสว่าง ความคมชัด และความสมดุลของสีได้โดยอัตโนมัติ เพื่อสร้างภาพที่สวยงามและดึงดูดสายตามากยิ่งขึ้น (Professional Photo, 2024)

ในเชิงเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม ตลาดสื่อ AIGC มีมูลค่าประมาณ 0.68 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2024 และคาดว่าจะเติบโตถึง 2.05 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2033 (Business Research Insights, 2024) ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อโครงสร้างต้นทุนและการดำเนินงานของธุรกิจถ่ายภาพ ขณะเดียวกัน ในเชิงนวัตกรรม เครื่องมือสร้างภาพด้วย AI อย่าง DALL-E 3 และ Midjourney ได้พิสูจน์ว่ามีศักยภาพในการแปลงแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ไปสู่ภาพที่ใช้งานจริงได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ (QuickCreator, 2024) นอกจากนี้ รายงานอุตสาหกรรมภาพถ่ายปี 2024 ยังระบุว่า AI และระบบอัตโนมัติได้กลายเป็นปัจจัยเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์และช่วยรักษามาตรฐานของผลงานในระยะยาว (Aftershoot, 2025)

อีกทั้ง บริบทของภูมิหลังการวิจัยยังแสดงให้เห็นถึงความต้องการเนื้อหาที่มีความเฉพาะตัว และหลากหลายเพิ่มมากขึ้น ทำให้ AIGC กลายเป็นวิธีแก้ไขที่ตอบสนองได้ทั้งในด้านประสิทธิภาพและ

ต้นทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการโฆษณา แพลตฟอร์ม และการนำเสนอสินค้า (QuickCreator, 2024) รายงาน Zenfolio (2025) ยังพบว่าอุตสาหกรรมการถ่ายภาพมีการเติบโตต่อเนื่อง แม้จะมีต้นทุนเพิ่มสูงขึ้น ทำให้การใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันเป็นเรื่องจำเป็น

ดังนั้น การศึกษาการประยุกต์ใช้ AIGC ในการถ่ายภาพธุรกิจจึงมีทั้ง ที่มา และ ความสำคัญอย่างชัดเจน ทั้งในเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติ โดยไม่เพียงแต่ช่วยอธิบายการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบของเทคโนโลยีต่ออุตสาหกรรม แต่ยังสามารถชี้ให้เห็นทิศทางการพัฒนาในอนาคต พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางเชิงกลยุทธ์ให้แก่ช่างถ่ายภาพและองค์กรที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปสู่การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีนี้อย่างเต็มศักยภาพ เพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันในยุคดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

1.2 คำถามนำการวิจัย

1. เทคโนโลยี AIGC ส่งผลกระทบต่อกระบวนการสร้างสรรค์ในการถ่ายภาพธุรกิจอย่างไร?
2. ในการถ่ายภาพธุรกิจ ภาพที่สร้างโดย AIGC กับภาพถ่ายแบบดั้งเดิมมีความเหมือนหรือแตกต่างกันในด้านคุณภาพและการแสดงออกอย่างไร?
3. จะผสมรวมเทคโนโลยี AIGC เข้ากับกระบวนการทำงานของการถ่ายภาพธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพได้อย่างไร?
4. การประยุกต์ใช้ AIGC ในการถ่ายภาพธุรกิจอาจนำมาซึ่งความท้าทายใหม่ ๆ ต่อมาตรฐานและจริยธรรมของอุตสาหกรรมอย่างไร?
5. ในอนาคต เทคโนโลยี AIGC จะส่งผลกระทบต่อบทบาทและการพัฒนาอาชีพของช่างถ่ายภาพธุรกิจอย่างไร?

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาเทคโนโลยี AIGC ที่มีต่อกระบวนการสร้างสรรค์และคุณภาพของภาพถ่ายธุรกิจ
2. เพื่อวิเคราะห์แนวทางการผสมรวมเทคโนโลยี AIGC เข้ากับกระบวนการทำงานของการถ่ายภาพธุรกิจ
3. เพื่อศึกษาผลของเทคโนโลยี AIGC ต่อการพัฒนาอาชีพและทักษะที่จำเป็นของช่างถ่ายภาพธุรกิจ

1.4 ประโยชน์ของการวิจัย

1. สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยี AIGC สำหรับการถ่ายภาพธุรกิจ เพื่อให้ผู้ประกอบการและช่างภาพนำไปใช้ในกระบวนการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. สามารถผสมผสานเทคโนโลยี AIGC เข้ากับกระบวนการสร้างสรรค์ คุณภาพของภาพ และความสามารถในการแสดงออก ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญต่อผู้ปฏิบัติงานในวงการ

3. สามารถนำเสนอข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์เพื่อปรับปรุงกระบวนการทำงาน กำหนดมาตรฐานด้านจริยธรรม และคาดการณ์ทิศทางการพัฒนาอาชีพของนักถ่ายภาพในอนาคต

4. ทำให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างความรู้ทางวิชาการกับการปฏิบัติงานจริงในอุตสาหกรรมถ่ายภาพธุรกิจของจีน อันจะช่วยยกระดับความเข้าใจและการใช้เทคโนโลยี AIGC ในตลาด

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ (AIGC) สำหรับการถ่ายภาพธุรกิจ ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตการศึกษา ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ขอบเขตด้านเนื้อหาที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีขอบเขตดังนี้

1. การวิเคราะห์การใช้เทคโนโลยี AIGC ในการถ่ายภาพธุรกิจ เช่น การถ่ายภาพสินค้า การถ่ายภาพโฆษณา และภาพลักษณ์ของแบรนด์

2. การศึกษาผลการใช้ AIGC ต่อกระบวนการทำงาน คุณภาพของภาพ และการสร้างสรรค์ผลงานถ่ายภาพ

3. การพิจารณาประเด็นด้านมาตรฐานและจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้ AIGC ในวงการถ่ายภาพธุรกิจ

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตด้านประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วยกลุ่มบุคคลและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี AIGC ในงานถ่ายภาพธุรกิจ ได้แก่

1. นักถ่ายภาพธุรกิจที่ใช้หรือมีแนวโน้มจะใช้เทคโนโลยี AIGC ในกระบวนการทำงาน

2. บริษัทโฆษณาและสตูดิโอถ่ายภาพที่นำ AIGC มาใช้เพื่อเพิ่มคุณภาพและความคิดสร้างสรรค์ของผลงาน

3. ผู้พัฒนาและให้บริการเทคโนโลยี AIGC ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพและการถ่ายภาพ

ขอบเขตด้านสถานที่

การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นไปที่สาธารณรัฐประชาชนจีน โดยเฉพาะเมืองสำคัญด้านเศรษฐกิจและการตลาด ได้แก่ ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ กวางโจว และเซินเจิ้น รวมทั้งเมืองรองที่มีการนำ AIGC มาใช้ในธุรกิจถ่ายภาพ

ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ครอบคลุมช่วงปี ค.ศ. 2019 – 2024 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่เทคโนโลยี AIGC เริ่มได้รับความนิยมและถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในงานสร้างภาพและการถ่ายภาพธุรกิจ

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ (AIGC, AI-Generated Content) หมายถึง หมายถึงรูปแบบเนื้อหาต่างๆ ที่สร้างขึ้นโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียง ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ เพลง และอื่นๆ เทคโนโลยี AIGC อาศัยอัลกอริทึมขั้นสูง เช่น Deep Learning, Generative Adversarial Networks (GANs), Variational Autoencoders (VAEs) และอื่นๆ โดยการฝึกฝนแบบจำลองด้วยข้อมูลจำนวนมาก ทำให้ปัญญาประดิษฐ์สามารถจำลอง กระบวนการสร้างสรรค์ของมนุษย์ และสร้างเนื้อหาที่มีความคิดสร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ได้โดยอัตโนมัติ ในการถ่ายภาพธุรกิจ AIGC มักหมายถึงภาพที่สร้างขึ้นหรือถูกช่วยสร้างโดยเทคโนโลยี AI ซึ่งภาพเหล่านี้อาจถูกสร้างขึ้นโดย AI ทั้งหมด หรืออาจเป็นการปรับปรุงและประมวลผลเพิ่มเติมโดย AI โดยอิงจากความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์

การถ่ายภาพธุรกิจ (Commercial Photography) หมายถึง ผลงานการถ่ายภาพที่ถ่าย เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยทั่วไปจะใช้สำหรับการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การแสดงสินค้า การสร้างภาพลักษณ์องค์กร และอื่นๆ หัวใจของการถ่ายภาพธุรกิจคือการสื่อสารข้อมูลของแบรนด์ กระตุ้นความต้องการซื้อของผู้บริโภค หรือสื่อสารข้อมูลการตลาดเฉพาะผ่านภาพถ่าย แตกต่างจากการถ่ายภาพส่วนตัว ผลงานการถ่ายภาพธุรกิจจำเป็นต้องปฏิบัติตามความต้องการของลูกค้าอย่างเคร่งครัด และมักจะมีเป้าหมายทางธุรกิจที่ชัดเจนในด้านความคิดสร้างสรรค์ ดังนั้น การถ่ายภาพธุรกิจจึงไม่เพียงแต่ต้องการให้นักถ่ายภาพมีทักษะการถ่ายภาพที่ยอดเยี่ยมเท่านั้น แต่ยังต้องการให้พวกเขามีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับความต้องการของตลาด ภาพลักษณ์ของแบรนด์ และจิตวิทยาของผู้ชมด้วย

Generative Adversarial Networks (GANs) หมายถึง แบบจำลองการเรียนรู้เชิงลึกที่เสนอโดย Ian Goodfellow และคณะในปี 2014 GANs ประกอบด้วยสองส่วน ได้แก่ ตัวสร้าง (Generator) และตัวจำแนก (Discriminator) ตัวสร้างมีหน้าที่สร้างข้อมูลเสมือน (เช่น รูปภาพ) ในขณะที่ตัวจำแนกมีหน้าที่แยกแยะว่าข้อมูลเหล่านี้ถูกสร้างขึ้นหรือมาจากโลกแห่งความเป็นจริง ผ่านการฝึกฝนแบบปะทะกันอย่างต่อเนื่อง คุณภาพของภาพที่สร้างโดยตัวสร้างจะค่อยๆ ดีขึ้น จนในที่สุดก็ยากที่จะแยกแยะความจริงกับของปลอม ในเทคโนโลยี AIGC GANs ถูกนำมาใช้อย่างกว้างขวางในการสร้างภาพและผลงานศิลปะคุณภาพสูง และเป็นหนึ่งในอัลกอริทึมหลักของการประยุกต์ใช้ AIGC ในการถ่ายภาพธุรกิจ

การเรียนรู้เชิงลึก (Deep Learning) หมายถึง การเรียนรู้เชิงลึกเป็นสาขาย่อยของปัญญาประดิษฐ์ ซึ่งเป็นสาขาย่อยของการเรียนรู้ของเครื่อง มันจำลองหลักการทำงานของเครือข่ายประสาทของสมองมนุษย์ โดยใช้แบบจำลองเครือข่ายประสาทหลายชั้นเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลและจดจำรูปแบบ การเรียนรู้เชิงลึกมีความโดดเด่นในการประมวลผลข้อมูลที่ไม่มีโครงสร้าง เช่น รูปภาพ เสียง และข้อความ และเป็นหนึ่งในรากฐานของเทคโนโลยี AIGC ในการถ่ายภาพธุรกิจ เทคโนโลยีการ

เรียนรู้เชิงลึกถูกนำมาใช้ในหลายด้าน เช่น การจดจำภาพ การถ่ายโอนสไตล์ และการสร้างเนื้อหา ซึ่งช่วยยกระดับการทำงานอัตโนมัติและความฉลาดของการประมวลผลภาพอย่างมีนัยสำคัญ

คุณภาพของภาพ (Image Quality) หมายถึง ผลกระทบโดยรวมที่ภาพสร้างขึ้นในเชิงสายตา ซึ่งรวมถึงหลายด้าน เช่น ความละเอียด ความแม่นยำของสี ความคมชัด รายละเอียด และระดับสัญญาณรบกวน สำหรับการถ่ายภาพธุรกิจ คุณภาพของภาพมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากส่งผลโดยตรงต่อผลกระทบทางสายตาและการยอมรับของผู้ชม การวัดคุณภาพของภาพในการวิจัยมักจะทำโดยการประเมินเชิงอัตวิสัย (เช่น คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ) และตัวชี้วัดเชิงวัตถุประสงค์ (เช่น อัตราส่วนสัญญาณต่อสัญญาณรบกวน การเบี่ยงเบนของสี เป็นต้น) ในการวิจัยเกี่ยวกับภาพที่สร้างโดย AIGC วิธีการยกระดับคุณภาพของภาพเป็นทิศทางการวิจัยที่สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการรักษาสมดุลระหว่างความสมจริงกับการแสดงออกทางศิลปะ

ความสมจริงทางสายตา (Visual Authenticity) หมายถึง ความรู้สึกสมจริงที่ภาพแสดงออกมาในเชิงสายตา กล่าวคือ เมื่อผู้ชมเห็นภาพแล้วจะรู้สึกว่าเป็นฉากหรือวัตถุที่มีอยู่ในโลกแห่งความเป็นจริงหรือไม่ ในการถ่ายภาพธุรกิจ ความสมจริงทางสายตา มักถูกใช้เพื่อวัดความน่าเชื่อถือและความน่าดึงดูดของภาพ แม้ว่าเทคโนโลยี AIGC จะสามารถสร้างภาพคุณภาพสูงได้ แต่ในบางกรณี ภาพที่สร้างขึ้นอาจขาดความรู้สึกสมจริง หรือมีรายละเอียดที่ไม่เป็นธรรมชาติ การวิจัยนี้จะสำรวจวิธีที่จะเพิ่มความสมจริงทางสายตาของภาพ AIGC ด้วยวิธีการทางเทคนิค เพื่อให้สามารถนำไปใช้ในการถ่ายภาพธุรกิจได้อย่างกว้างขวางและน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น

การถ่ายโอนสไตล์ (Style Transfer) หมายถึง การถ่ายโอนสไตล์เป็นเทคโนโลยีการประมวลผลภาพที่ใช้การเรียนรู้เชิงลึก ซึ่งอนุญาตให้นำสไตล์ของภาพหนึ่ง (เช่น สี พื้นผิว รูปทรง ฯลฯ) ไปใช้กับอีกภาพหนึ่ง ในขณะที่ยังคงคุณสมบัติหลักของเนื้อหาของภาพเป้าหมายไว้ เทคโนโลยีนี้ถูกนำมาใช้อย่างกว้างขวางใน AIGC โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการออกแบบความคิดสร้างสรรค์ของภาพและการเสริมสร้างผลกระทบทางสายตา ในการถ่ายภาพธุรกิจ เทคโนโลยีการถ่ายโอนสไตล์สามารถช่วยให้นักถ่ายภาพสร้างภาพที่สอดคล้องกับสไตล์แบรนด์เฉพาะได้อย่างรวดเร็ว หรือปรับเปลี่ยนการนำเสนอภาพตามความต้องการของตลาด

การประมวลผลภาพ (Image Processing) หมายถึง กระบวนการทางเทคนิคในการวิเคราะห์ แปลง และจัดการภาพดิจิทัล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับคุณภาพของภาพหรือดึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ การประมวลผลภาพประกอบด้วยหลายขั้นตอน เช่น การปรับปรุงภาพ การซ่อมแซมภาพ การแบ่งส่วนภาพ การจดจำภาพ และอื่นๆ ซึ่งถูกนำไปใช้อย่างกว้างขวางในการถ่ายภาพ ภาพทางการแพทย์ การรับรู้จากระยะไกลด้วยดาวเทียม และสาขาอื่นๆ ในการถ่ายภาพธุรกิจ การประมวลผลภาพมักเกี่ยวข้องกับการปรับแต่งภาพ ซึ่งรวมถึงการปรับสี การปรับแสงและเงา การสังเคราะห์ภาพ และอื่นๆ ด้วยการพัฒนาของเทคโนโลยี AIGC กระบวนการประมวลผลภาพก็กลายเป็นระบบอัตโนมัติและชาญฉลาดมากขึ้น ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของนักถ่ายภาพอย่างมาก

การคุ้มครองลิขสิทธิ์ (Copyright Protection) หมายถึง การคุ้มครองทางกฎหมายสำหรับผลงานต้นฉบับของผู้สร้างสรรค์ เพื่อให้มั่นใจว่าผลงานของพวกเขาจะไม่ถูกคัดลอก แจกจ่าย หรือแสดงโดยไม่ได้รับอนุญาต ด้วยการพัฒนาของเทคโนโลยี AIGC ปัญหาการเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ของเนื้อหาที่สร้างขึ้นก็ซับซ้อนขึ้น ในการถ่ายภาพธุรกิจ การใช้ภาพที่สร้างโดย AIGC อาจเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายฝ่าย เช่น นักถ่ายภาพ ผู้ให้บริการเทคโนโลยี AI และลูกค้า ดังนั้นปัญหาการเป็นเจ้าของและการคุ้มครองลิขสิทธิ์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง การวิจัยนี้จะสำรวจว่าภายใต้บริบทของเทคโนโลยี AIGC จะกำหนดและคุ้มครองลิขสิทธิ์ของผลงานภาพถ่ายอย่างเหมาะสมได้อย่างไร เพื่อให้มั่นใจว่าสิทธิประโยชน์ของทุกฝ่ายได้รับการเคารพ

จริยธรรมทางเทคโนโลยี (Tech Ethics) หมายถึง ประเด็นทางจริยธรรมและข้อพิจารณาทางศีลธรรมที่เกี่ยวข้องในกระบวนการพัฒนาและประยุกต์ใช้เทคโนโลยี การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี AIGC ในวงการการถ่ายภาพธุรกิจนำมาซึ่งความท้าทายด้านจริยธรรมใหม่ๆ มากมาย เช่น ความถูกต้องของภาพ การคุ้มครองความเป็นส่วนตัว การตรวจสอบเนื้อหา และอื่นๆ การวิจัยจะสำรวจปัญหาทางจริยธรรมที่เทคโนโลยี AIGC อาจก่อให้เกิดขึ้นอย่างลึกซึ้ง และนำเสนอมาตรฐานและคำแนะนำที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีอย่างมีความรับผิดชอบและการพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างมีสุขภาพดี

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี