

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

โครงการกำกับภาพยนตร์โฆษณาน้ำปลาของ “ตราหอยนางรม”
Directing of Commercial Film, Fish Sauce Oyster Brand



ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาภาพยนตร์และวิดีโอ ภาควิชานิเทศศิลป์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2544

เลขหน้.....
เลขทะเบียน 44934

วัน, เดือน, ปี 16 ส.ค. 2546

.b.....
.i.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์

โครงการกำกับภาพยนตร์โฆษณา น้ำปลาของ “ตราหอยนางรม”

Directing of Commercial Film Fish Sauce Oyster Brand



นายอาทิตย์ ปันทรนนทกะ

Mr. Arthit Pantaranontaka

ภาควิชาศิลปะการถ่ายภาพ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาภาพยนตร์และวิดีโอ

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์ วันที่ 7 มิ.ย. 61

(อาจารย์วิศักดิ์ รักใหม่)

หัวหน้าภาควิชาศิลปะการถ่ายภาพ วันที่ 7 มิ.ย. 61

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้ (อาจารย์วิศักดิ์ รักใหม่) อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์	การกำกับภาพยนตร์โฆษณาน้ำปลาของ “ตราหอยนางรม” Directing of Commercial Film Fish Sauce Oyster Brand
ชื่อ	นายอาทิตย์ ปั่นทรนทกะ
รหัส	41024237
สาขาวิชา	ภาพยนตร์และวิดีโอ
ภาควิชา	นิเทศศิลป์
คณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์วิศักดิ์ รักใหม่
ปีการศึกษา	2544

บทคัดย่อ

ในการทำศิลปนิพนธ์ชิ้นนี้ เพื่อภาพยนตร์โฆษณาน้ำปลาหรือเครื่องปรุงรสต่าง ๆ ที่เสนอแนวคิดใหม่ ๆ โดยต้องการให้ภาพยนตร์โฆษณาน้ำปลาหรือเครื่องปรุงอาหารดูทันสมัย

โดยการทำงานเริ่มจากการหาข้อมูลการตลาด วิจัยสินค้า จากบริษัทน้ำปลาพิไชย จากนั้นก็นำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์เป็นกลยุทธ์การโฆษณาและการวางแผนโฆษณา และทำ Story Board Shooting Board จนมาถึง Shooting Script และขั้นตอนผลิตภาพยนตร์โฆษณา Pre – Production, Production, Post – Production ตามลำดับ

จากการกำกับภาพยนตร์โฆษณาน้ำปลาของตราหอยนางรม ได้รับรู้ปัญหาต่าง ๆ แต่ก็ได้ประสบการณ์การทำงานที่ไม่ที่การเรียนรู้ ได้รู้ว่าภาพยนตร์โฆษณานั้นการถ่าย Pack Shot มากกว่าหน้าตัวแสดง รู้ว่าทุก ๆ Shot ที่มี Pack ผู้กำกับและตากล้องต้องให้ความสำคัญมาก ให้ Pack ออกมาสวยที่สุด ได้รู้ว่า Shooting Board สำคัญต่อการถ่ายทำ การกำหนดสิ่งต่าง ๆ รวมถึงการแบ่งเวลาการทำงานของผู้กำกับ หรือ การบริหารเวลาซึ่งสำคัญมากสำหรับภาพยนตร์โฆษณา เพราะทุกนาทีหมายถึงเงินที่เสียไป และที่สำคัญมาก หน้าที่ Producer มีความสำคัญมากในระบบการผลิตภาพยนตร์โฆษณา เพราะเป็นหน้าที่ที่ควบคุมการผลิต หรือควบคุมผู้กำกับอีกทีเกี่ยวกับทางด้านเวลา , หุ่น แต่ไม่สามารถควบคุมทางด้านความคิดได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณอาจารย์ทุกท่าน ขอขอบคุณเป็นอย่างสูงสำหรับ บริษัท FX Post บริษัท Jingle Bell และ บริษัท Smile Film ที่ให้การสนับสนุนการทำศิลปนิพนธ์ของข้าพเจ้า ขอขอบคุณน้ำใจบที่ทั้งเป็นที่ปรึกษาและทำหน้าที่ควบคุมการผลิตให้ด้วย คุณพันชนะ รัตนประสิทธิ์ (ผู้จัดการฝ่ายผลิต บริษัทน้ำปลาพิไชย) ที่ให้ข้อมูล และ พ่อ แม่ ญาติ ๆ เพื่อน ๆ ทุกคน ที่ให้ ยืมรถ ยืมเงิน และแรงงาน มาทำศิลปนิพนธ์ของข้าพเจ้า



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
สารบัญ.....	ค
สารบัญภาพประกอบ.....	จ
บทที่	
1 บทนำ	1
1.1 เบื้องหลังความเป็นมา.....	1
1.2 ลักษณะแนวของโครงการ.....	1
1.3 คำจำกัดความของโครงการ.....	1
1.4 ขอบเขตของโครงการการกำกับภาพยนตร์โฆษณาน้ำปลาตราหอยนางรม.....	1
1.5 เป้าหมายหลักของโครงการ.....	1
1.6 แนวทางบรรลุเป้าหมาย.....	1
1.7 แหล่งข้อมูล.....	2
2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง.....	3
2.1 ประวัติความเป็นมาของน้ำปลาตราหอยนางรม.....	3
2.2 หน้าที่ที่สำคัญในภาพยนตร์โฆษณา.....	6
3 การวิเคราะห์สินค้าและข้อมูลทางการตลาด.....	10
3.1 การวิเคราะห์สินค้า.....	10
3.2 ข้อมูลทางการตลาด.....	11
3.3 สรุปวัตถุประสงค์การตลาด – การวิเคราะห์กลยุทธ์การสร้างสรรค้งานโฆษณา.....	12
4 การวางแผนโฆษณา.....	13
4.1 เนื้อหาและ Story Board.....	14
5 ขั้นตอนการผลิตภาพยนตร์โฆษณา.....	16
5.1 ขั้นตอนเตรียมการก่อนการถ่ายทำ.....	16
5.2 ขั้นตอนการถ่ายทำ.....	33
5.3 ขั้นตอนหลังการถ่ายทำ.....	43

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้เผยแพร่ภายนอก
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

5.4	งบประมาณ.....	45
5.5	ภาพเบื้องหลังการถ่ายทำ.....	46
6	สรุปและข้อเสนอแนะ	48
6.1	ปัญหาและข้อเสนอแนะ.....	48
6.2	สรุปผลการดำเนินงาน.....	49
	บรรณานุกรม.....	50
	ประวัติผู้เขียน.....	51



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบ

1.1 ภาพอุปกรณ์ประกอบฉาก (Props).....	25
1.2 ภาพอุปกรณ์ประกอบฉาก (Props).....	26
1.3 ภาพสถานที่ถ่ายทำ (Location).....	27
1.4 ภาพเครื่องแต่งการชุด 1.....	28
1.5 ภาพเครื่องแต่งการชุด 2.....	29
1.6 ภาพเครื่องแต่งการชุด 3.....	30
1.7 ภาพการแต่งหน้า (Make - Up).....	31
1.8 ภาพการถ่ายทำช่วง 8:00 - 11:00 น.....	36
1.9 ภาพการถ่ายทำช่วง 11:00 - 15:00 น.....	37
1.10 ภาพการถ่ายทำช่วง 15:00 - 17:00 น.....	38
1.11 ภาพการทำ On Line ที่ FX Post.....	42
1.12 ภาพการถ่ายทำเพลงประกอบที่ Jingle Bell.....	43
1.13 ภาพเบื้องหลังการถ่ายทำ.....	45
1.14 ภาพเบื้องหลังการถ่ายทำ.....	46

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมา

ในปัจจุบันภาพยนตร์โฆษณาประเภทน้ำปลาและเครื่องปรุงต่าง ๆ ออกมาในรูปของภาพทานอาหาร, การปรุงอาหารที่สวยงาม และน่ารับประทาน

ดังนั้น ทางผู้จัดทำจึงต้องการผลิตภาพยนตร์โฆษณาประเภทน้ำปลาให้ดูแปลกใหม่ โดยการใช้แนวคิดใหม่ ๆ อีกทั้งตัวสินค้าที่เป็น น้ำปลาแบบบรรจุของซึ่งยังไม่มีภาพยนตร์โฆษณาที่ทำออกมาจริง

ลักษณะโครงการ

เป็นโครงการเกี่ยวกับการกำกับภาพยนตร์โฆษณาที่ใช้แนวคิดใหม่ ๆ กับสินค้าประเภทน้ำปลาที่มีข้อจำกัดทางความคิดสูง

ขอบเขตโครงการ

1. ภาพยนตร์โฆษณา 1 เรื่อง
2. ถ่ายทำด้วยกล้องถ่ายทำภาพยนตร์ขนาด 35 มิลลิเมตร
3. ความยาว 60 วินาที 1 เรื่อง

เป้าหมายหลักโครงการ

1. เพื่อผลิตภาพยนตร์โฆษณาที่เสนอแนวคิดใหม่ ๆ กับภาพยนตร์โฆษณาประเภทเครื่องปรุงอาหาร
2. เพื่อให้เห็นภาพยนตร์โฆษณาประเภทเครื่องปรุงอาหารให้ดูทันสมัย

แนวทางบรรลุเป้าหมาย

1. ศึกษาการกำกับภาพยนตร์โฆษณาประเภทเครื่องปรุงอาหารต่าง ๆ
2. หายุทธวิธีการ โฆษณาและการตลาดจากบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สร้างสรรค์ภาพยนตร์โฆษณาได้ ตามกระบวนการจริงในปัจจุบัน ใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แหล่งข้อมูล

1. www.pichai fish sauce.com
2. คุณพันชนะ รัตนประสิทธิ์ (ผู้จัดการฝ่ายผลิต บริษัท น้ำปลาพิชัย จำกัด)
3. หนังสือ การบริหารงานโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด
4. ภาพยนตร์โฆษณาต่างๆ

แหล่งสนับสนุนอื่น

1. ที่ปรึกษาภายนอกสถาบัน
2. บริษัท สไมล์ฟิล์ม โปรดักชั่น
3. บริษัท เอฟ เอกซ์ โฟส โปรดักชั่น
4. บริษัท จิง เกิด แบล็ค จำกัด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

ประวัติความเป็นมาของ บริษัท น้ำปลาพิไชย จำกัด

บริษัท น้ำปลาพิไชย จำกัด ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 25480 จากโรงงานขนาดเล็ก ดำเนินกิจการแบบอุตสาหกรรมภายในครอบครัว ผลิต และ จำหน่ายน้ำปลาในเขตจังหวัดชลบุรี จวบจนปัจจุบัน บริษัทฯ ได้ขยายตัวและมีความก้าวหน้ากลายเป็นโรงงานผลิตน้ำปลาขนาดใหญ่ ทันสมัย และมีศักยภาพในการผลิต

ด้วยความมุ่งมั่น พัฒนา ในทุกระบบการผลิตที่คำนึงถึงความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ตลอดจนสร้างความเชื่อมั่นว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เต็มเปี่ยมด้วยประสิทธิภาพ บริษัทฯ จึงได้เชิญผู้ตรวจสอบจาก SGS [THAILAND] LIMITED มาทำการตรวจสอบระบบ ISO 9002 และ HACCP [Hazard Analysis Critical Control Point] ซึ่งบริษัทฯ สามารถผ่านการตรวจสอบและได้รับการรับรองระบบคุณภาพมาตรฐานทั้งสอง

จุดดีของระบบ ISO 9002 คือผู้บริโภคจะได้รับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสม่ำเสมอและเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า โดยมีหน่วยงานที่ควบคุมดูแลประสิทธิภาพของระบบอย่างต่อเนื่อง

ส่วนระบบ HACCP คือระบบที่วิเคราะห์จุดอันตรายต่าง ๆ ในกระบวนการผลิตและนำจุดความเสี่ยงหรืออันตรายเหล่านั้นมาแก้ไขและป้องกันให้อยู่ในขอบเขตที่ยอมรับได้ จุดดีของระบบนี้ก็คือ เป็นสิ่งยืนยันความปลอดภัยของตัวผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากบริษัทฯ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในการบริโภคอาหาร

บริษัท น้ำปลาพิไชย จำกัด เป็นบริษัทแรกในวงการผลิตน้ำปลาในประเทศไทยที่ได้รับการรับรองระบบคุณภาพมาตรฐาน ISO 9002 และ HACCP

ผลิตภัณฑ์

บริษัท น้ำปลาพิไชย จำกัด เป็นผู้ผลิตน้ำปลาแท้มากกว่า 63 ปี บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะผลิตผลิตภัณฑ์และพัฒนาคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ปัจจุบันบริษัทฯ ผลิตน้ำปลา 3 ยี่ห้อ คือ

1. น้ำปลาแท้ตราหอยนางรม น้ำปลาคุณภาพชั้นที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

2. น้ำปลาแท้ตราจินเพชร

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. น้ำปลาแท้ตราปลาทูน่า

นอกจากนี้บริษัทฯ ได้ผลิตน้ำปลาให้กับบริษัทต่าง ๆ จำหน่ายภายในประเทศ อาทิ ตราคนแบกกุ้ง, ท็อปส์, เอโร, คอนอร์, และซูเปอร์เซฟ และผลิตให้กับบริษัทเพื่อส่งไปจำหน่ายต่างประเทศ เช่น น้ำปลาตรา COCK, BLUE-DRAGON, THAI-KITCHEN, A TASTE OF THAI และ CACOM รวมทั้งส่งสินค้าเป็นถังใหญ่ 200 ลิตร และ 1,000 ลิตร เพื่อส่งไปยังโรงงานอุตสาหกรรมในต่างประเทศ เพื่อให้เป็นส่วนหนึ่งในการประกอบการผลิตอาหารในประเทศอื่น ๆ

คุณภาพสู่ความสำเร็จ

1. ได้รับเครื่องหมายเชิดชูเกียรติโรงงานและผลิตภัณฑ์มาตรฐานจากกระทรวงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม
2. ได้รับเครื่องหมายมาตรฐานอุตสาหกรรมชั้นคุณภาพที่ 1 จากกระทรวงอุตสาหกรรม
3. ได้รับเครื่องหมายเซลล์ชวนชิมจากหม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์
4. ได้รับการรับรองระบบคุณภาพมาตรฐาน ISO 9002 จาก SGS Yarsley International Certification Service
5. ได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐาน HACCP จากกรมประมง
6. Thailand Brand
7. ได้รับเครื่องหมาย ฮาลาล

วิจัย ... ตรวจสอบ ... ที่มาของผลิตภัณฑ์ชั้นเยี่ยม

ในอดีตการควบคุมคุณภาพน้ำปลาของบริษัท น้ำปลาพิไชย จำกัด ใช้ความสามารถผนวกกับประสบการณ์ของบุคลากร แต่ปัจจุบันบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างมาก จึงได้สร้างห้องแล็บที่ทันสมัยที่สุดเพื่อตรวจสอบคุณภาพ ซึ่งมีขีดความสามารถในการวิเคราะห์ควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้อย่างแม่นยำและถูกต้อง เพื่อให้ได้มาตรฐานสูงสุดเทียบเท่ากระทรวงวิทยาศาสตร์ โดยการตรวจสอบตั้งแต่มาตรฐานของวัตถุดิบคือ ปลากระตัก จะมีการตรวจสอบอย่างละเอียดจากสภาพภายนอกที่กลิ่น และสีส้ม จากนั้นก็นำมาสู่ห้องแล็บ เพื่อทำการวิจัยอีกครั้งว่าวัตถุดิบนั้นได้มาตรฐานจริง ก่อนที่จะไปสู่กระบวนการหมัก เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ภายใต้การผลิตของบริษัท น้ำปลาพิไชย จำกัด เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการพิสูจน์แล้วว่าเยี่ยมทั้งในส่วนของรสชาติ ความสะอาด ถูกสุขอนามัย ไม่เจือสี ไม่ใส่สารกันบูดและมีคุณค่าอาหารประเภทโปรตีนสูง และยังได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเท่าเทียมกันทุกครั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เทคโนโลยีการผลิตน้ำปลา

การผลิตน้ำปลาขั้นตอนนี้สำคัญคือ การนำปลาไปผสมกับเกลือและใส่ถังหมักให้เร็วที่สุด เพื่อรักษาความสดของปลา ดังนั้นบริษัทฯ จึงได้คิดค้นและประดิษฐ์เครื่องผสมเกลือที่มีความทันสมัย เพื่อนำมาใช้ในกระบวนการดังกล่าว เครื่องจักรมีความสามารถในการผสมปลาหมัก 1,000 กิโลกรัม ภายในระยะเวลาเพียง 10 นาที ซึ่งเป็นเครื่องที่คิดขึ้นเองโดยผู้บริหาร และเป็นเครื่องแรกและเครื่องเดียวในประเทศไทย ซึ่งจากความรวดเร็วของเครื่องจักรในการทำงาน ทำให้ได้ปลาที่ใหม่ สด ก่อนที่จะไปสู่งถังหมัก จากจุดนี้เข้ามาสู่ขั้นตอนการบรรจุขวด ในการทำความสะอาดขวดบรรจุน้ำปลาจะต้องใช้ความร้อนที่ 80 องศาเซลเซียสในการล้างขวด กระบวนการนี้จะช่วยฆ่าเชื้อโรคและขจัดฝุ่น ผง ที่เจือปนต่าง ๆ ออกจากขวด เพื่อให้เกิดความสะอาดอย่างสูงสุด การบรรจุขวดได้ใช้ระบบอัตโนมัติที่ทำงานอย่างรวดเร็ว โดยให้น้ำปลาผสมกับอากาศน้อยที่สุด เพื่อป้องกันไม่ให้สิ่งใด ๆ ในอากาศเข้าไปผสมกับน้ำปลาได้ เครื่องบรรจุขวดสามารถบรรจุน้ำปลาได้ 10,000 ขวดต่อชั่วโมง ซึ่งขั้นตอนดังกล่าวจะใช้เครื่องจักรทั้งหมด เพื่อการผลิตที่สะอาด มีคุณภาพ ได้มาตรฐานและถูกสุขอนามัย หลังจากนั้นจึงสู่ขั้นตอนการปิดผนึกด้วยฝาที่ปิดตาย รับประกันความสะอาดก่อนเปิดขวด ตามด้วยขั้นตอนการติดสลาก และบรรจุหีบห่อ กล่องสินค้าทุกกล่องมีวันเวลาที่ผลิตและวันหมดอายุอยู่ด้วยเสมอ เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค และมีความมั่นใจทุกครั้งที่ใช้ น้ำปลา “พิไชย”

พัฒนาศักยภาพก้าวไกลในตลาดโลก

ด้วยคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ได้รับการยอมรับทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ ผนวกกับการส่งเสริมกิจกรรมการขายอย่างต่อเนื่อง ทำให้น้ำปลาแท้ตราหอยนางรมขยายตัวเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในตลาดต่างประเทศ อาทิ สหรัฐอเมริกา อังกฤษ เยอรมนี ญี่ปุ่น เกาหลี เนเธอร์แลนด์ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ฮองกง ฯลฯ บริษัทฯ มีส่วนแบ่งการตลาดเป็นที่น่าพอใจ และในหลายปีที่ผ่านมาบริษัทฯ ยังได้รับความไว้วางใจจากโรงงานอุตสาหกรรมประเทศญี่ปุ่น ในการสั่งซื้อน้ำปลาจากบริษัทฯ เพื่อใช้ในการผลิตอาหารและสินค้าแปรรูปเพิ่มมากขึ้น สิ่งเหล่านี้เป็นความสำเร็จของบริษัทฯ และถือเป็นความก้าวหน้าของอุตสาหกรรมการผลิตน้ำปลาของไทย ที่ทั่วโลกให้การยอมรับ

หน้าที่ที่สำคัญในภาพยนตร์โฆษณา

ผู้อำนวยการสร้าง (Producer)

ขั้นตรงต่อ : ผู้ลงทุน หรือเจ้าของสตูดิโอ

หน้าที่รับผิดชอบ : จัดหา, รวบรวม, บริการ และรับผิดชอบทั้งโครงการโดยทั่วไป
ผู้อำนวยการจะเป็นผู้ตัดสินใจขนาดในกรณีที่มีข้อขัดแย้งในฝ่ายสร้างสรรค์ อาทิเช่น ข้อขัดแย้ง
ระหว่างนักแสดงนำ ผู้กำกับ ฯลฯ

ในทางปฏิบัติแล้ว ขอบเขต ความสำเร็จของแต่ละตำแหน่งในฝ่ายผลิตไม่อาจสามารถ
แบ่งแยกออกได้อย่างชัดเจน ผู้อำนวยการจึงจะเป็นผู้พิจารณาข้อขัดแย้งเหล่านั้น

และเนื่องจาก ผู้อำนวยการมีหน้าที่รับผิดชอบด้านการเงิน และการวางแผนเพื่อดำเนิน
โครงการ ผู้อำนวยการจึงเป็นหัวหน้าฝ่ายผลิต (ซึ่งประกอบด้วย ผู้อำนวยการ, ผู้จัดการกองถ่าย,
เลขานุการกองถ่าย และ ผู้ช่วยผู้กำกับฯ)

ในบางกรณี ผู้อำนวยการจะมีตัวตายตัวแทนซึ่งเรียกว่า Associate Producer (ผู้อำนวยการ
ร่วม) หรือ รองผู้อำนวยการ

คุณลักษณะพิเศษ :

- ผู้อำนวยการในอุดมคติจะต้องเป็นผู้จัดหา, แบ่งสรร และส่งเสริมการใช้ทรัพยากรที่
จำเป็น เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการผลิต คุณสมบัติสำคัญที่ควรมีในตัวผู้อำนวยการคือ
ความถนัดในการวางแผน, การกำหนดการ และ การเงิน และหากมีรสนิยมดีก็จะเป็นประโยชน์
ในการชี้ขาดในด้านสร้างสรรค์อันจะทำให้งานคืบหน้าไปด้วยดี

- ผู้อำนวยการในอุดมคติ ควรเป็นผู้ที่ไม่หยุดแสวงหาความรู้ มีทั้งความเฉลียวฉลาด
และความละเอียดอ่อนในเชิงธุรกิจ จุดมุ่งหมายของเขา คือ เป็นผู้อยู่เบื้องหลังที่คอยสนับสนุนให้
กำลังใจ แก่ผู้ร่วมงานทั้งหมด

- จุดหนึ่งที่มีมักก่อให้เกิดความผิดพลาด เกิดจากผู้อำนวยการซึ่งเป็นผู้ควบคุมการเงิน
และทำให้เขามีอำนาจสั่งการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้อำนวยการผู้ด้อยประสบการณ์มักคิดว่านักแสดง
และช่างเทคนิคซึ่งมีตำแหน่งด้อยกว่าเขา จะมีผลงานและคุณค่าด้อยกว่าไปด้วย แต่ผู้อำนวยการที่
เฉลียวฉลาด และมีประสบการณ์รู้จักให้เกียรติ และไว้วางใจในทีมงานซึ่งคนเป็นผู้เลือก และเปิด
โอกาสให้เขาเหล่านั้นได้สร้างสรรค์ผลงานอย่างเต็มที่ เพราะเขาเข้าใจดีว่า ความคิดสร้างสรรค์ใน
การผลิตภาพยนตร์ไม่ได้มีขั้นตอนตายตัว และเช่นเดียวกับตำแหน่งอื่น ๆ เราจะรู้จักผู้อำนวยการได้
ก็จากผลงานของเขา อย่าผลอหลงเชื่อจากคำพูดโฆษณาตัวเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หมายเหตุ : สัญญาอันตราย ระวังผู้อำนวยความสะดวกที่มีพฤติกรรมเหล่านี้

- ระวังทุกคน ทุกสิ่งหมด
- ต้องการควบคุมทุกสิ่งทุกอย่างด้วยตนเอง (บริหารแบบ Micro Management)
- ไม่ยอมรับความคิดผู้อื่น
- สนใจแต่เรื่องเงิน และอำนาจมากเกินไป แต่ขาดความอดทนในกระบวนการผลิต ภาพยนตร์
- ยူให้บุคลากรจึงดีจึงเด่นแม้กระทั่งยูให้แบ่งแยกกัน โดยคิดว่าจะได้ผลประโยชน์สูงสุด
- พยายามแสดงว่าตัวเองเข้มแข็งทั้งที่ตัวเองไม่ใช่
- พร้อมที่จะข่มขู่ใคร หรืออะไรก็ได้ที่ค้อยกว่าตน
- พร้อมที่จะขโมยผลงานคนอื่นมาเป็นของตัวเอง

ผู้อำนวยกาที่มีมโนธรรม มีความรู้ ความยั้งคิด ย่อมเป็นแหล่งสนับสนุน และให้กำลังใจกับทุกคน บุคคลเหล่านี้คือ พี่อจาพิพ เป็นผู้นำที่แท้จริงที่จะนำทีมงานทั้งหมดฝ่าฝันอุปสรรคจนงานสำเร็จลุล่วงได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้กำกับภาพยนตร์โฆษณา (Director)

ขั้นตรงต่อ : ผู้อำนวยการสร้าง (Producer)

หน้าที่รับผิดชอบ : ผู้กำกับฯ มีหน้าที่รับผิดชอบต่อทุกสิ่งทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพและความหมายของภาพยนตร์ นั้นหมายถึง :

- เขียนหรือทำงานร่วมกับนักเขียน
- เห็นภาพกว้าง, จุดประสงค์, ภาพลักษณ์ และ ความหมายของภาพยนตร์
- วิเคราะห์สถานที่ถ่ายทำ
- สัมภาษณ์ / ทดสอบ / คัดเลือก นักแสดง
- รวบรวม นักแสดงและทีมงาน (ขบวนการนี้อาจให้ ผู้อำนวยการทำแทนได้)
- พัฒนาทั้งบท และตัวแสดงจากการซ้อม
- ควบคุมการจัดตารางการถ่ายทำ
- แนะนำแนวทางให้กับนักแสดง และทีมงาน
- ควบคุมการลำดับภาพ และขบวนการอื่น ๆ จนถึงขั้นตอนสุดท้าย

ในกรณีที่ยังมองไม่เห็นผลประโยชน์เชิงธุรกิจจากการฉายภาพยนตร์อาจจะไม่มีตำแหน่งผู้อำนวยการแยกออกมา ฉะนั้นผู้กำกับฯ อาจจะต้องหาเงินทุนด้วยตนเองก่อนทำหนังและหาผู้จัดจำหน่ายภายหลัง

คุณลักษณะพิเศษ : ผู้กำกับการแสดงที่ดี ต้องเป็น

- ผู้ผ่านการศึกษาด้านศิลปศาสตร์
- ไม่หยุดนิ่งในการแสวงหาความรู้
- เป็นคนที่ชอบที่จะศึกษาชีวิตของคน และหาเหตุผลที่จะอธิบายพฤติกรรมของคน
- ไม่มีพิธีรีตรอง เป็นคนที่มีวิธีคิดอย่างมีระเบียบทั้ง ๆ ที่เมื่อมองภายนอกแล้วอาจเป็นคนที่สบาย ๆ
- มีความสามารถ โยนงานเก่าทิ้งได้ ถ้าสันนิษฐานว่า งานนั้นล้าสมัยไปแล้ว
- มีความอดทนอย่างไม่สิ้นสุด เพื่อให้ได้มาซึ่งความคิดหรือการแสดงดี ๆ
- เป็นคนที่สามารถถ่ายทอดความต้องการทางวาจาให้กับทุกคนอย่างสิ้น ๆ ได้ใจความ
- สามารถวิเคราะห์ และตัดสินใจโดยการใช้สัญชาตญาณ
- มีความสามารถนำสิ่งที่ดีที่สุดจากแต่ละคนออกมาใช้ โดยไม่ใช้วิธีบังคับขู่เคี่ยว
- มีความรู้เพียงพอเกี่ยวกับแขนงอาชีพของแต่ละคนในทีมงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์และจะสื่อสารในระดับเดียวกันกับผู้ที่มีอาชีพนั้น ๆ ให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- มีความเข้าใจในปัญหาของช่างเทคนิคทุกฝ่าย แต่ก็ยังสามารถทำให้แต่ละฝ่ายมาทำงานร่วมกันได้

ลักษณะด้อยของผู้กำกับการแสดง

- ดันทุรัง / มีโลกส่วนตัว / เคอะเงิน เมื่อทำงานในสภาวะที่ไม่คุ้นเคย
- ขาดความสามารถในการแบ่งเวลา อันควรให้กับทีมงานและนักแสดง
- มักจะละทิ้งนักแสดง เพื่อไปอยู่กับทีมงานหรือละทิ้งทีมงานไปอยู่กับนักแสดง
- จมอยู่ในอาการขาดความมั่นใจอย่างรุนแรง และวิตกกังวลเกินควรระหว่างการถ่ายทำ
- เครียดมาก จนทำให้ทุกการตัดสินใจเต็มไปด้วยความทุกข์ทรมาน

ในระหว่างการถ่ายทำ ผู้กำกับฯ ส่วนมากมักจะแสดงความไม่มั่นใจอย่างรุนแรง (หลง / มีพลังเหนือมนุษย์ / อารมณ์รุนแรง / โมโหง่าย / ตื้นตื้นระหนก / ขาดความแน่วแน่) สิ่งเหล่านี้ส่วนจะทำให้ทีมงานงุนงง (บ่อยครั้งที่สภาพทางจิตใจของผู้กำกับฯ ทำให้เกิดพลัง ความอดทนเหนือมนุษย์)

อันที่จริงการกำกับฯ คือการสะท้อนชีวิต ซึ่งเป็นเรื่องที่อ่อนไหว ฉะนั้นผู้ที่รับผิดชอบในการกระทำให้สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้น ส่วนใหญ่กำลังดำรงชีวิตตามแนวปรัชญา (Existentialism) (การกระทำทุกวิถีทาง เพื่อให้งานนั้นดีที่สุดในชีวิตนี้ จะไม่มีโอกาสอีกต่อไป)

ความกดดันของการกำกับฯ จะทำให้สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นอย่างควบคุมไม่ได้ โดยเฉพาะถ้าผู้กำกับฯ นั้นประสบความสำเร็จแล้ว ครั้งต่อ ๆ ไป เขาจะต้องเผชิญหน้ากับความรู้สึกหวาดระแวงว่าจะพบความผิดพลาด, ล้มเหลว เช่นเดียวกับการตื่นเวที ที่มีทั้งความหวาดกลัวและความซู่ซ่า ไม่จางหายไป เพราะประสบการณ์จากความสำเร็จ เวิร์ดเอนรางแค่นั้น ก็ยังมากพอที่จะปลุกความกลัวให้ตื่นขึ้นตลอดเวลา

บทที่ 3

การวิเคราะห์สินค้าและข้อมูลทางการตลาด

วิเคราะห์สินค้า

สินค้า	น้ำปลาแท้ตราหอยนางรมบรรจุของ
ลักษณะเด่น	สามารถพาสเจอร์ที่เหมาะสมกับการใช้ในการปรุงอาหารในการท่องเที่ยว มีสีเหลืองที่บรรจุลงของ มีสีส้มของซองที่สะดวก
สินค้าหลัก	ราคาค่อนข้างถูกเมื่อเปรียบเทียบกับน้ำปลาที่บรรจุในขวดขนาดเล็ก เป็นน้ำปลาบรรจุของที่มีมาตรฐานเดียวกับการบรรจุในขวดได้ตาม ISO 9002 ใช้ปรุงอาหารเพิ่มรสชาติให้อาหาร
รูปลักษณะสินค้า	
คุณภาพ	เป็นน้ำปลาแท้ชั้นคุณภาพที่ 1 ผลิตด้วยเทคโนโลยีขั้นสูง ซึ่งผ่านการวิจัยและการคิดค้นของทางบริษัทฯ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง ได้มาตรฐาน ISO 9002 และ HACCP
รูปร่างลักษณะ	ในเมืองไทยมี 4 ขนาด คือ ขวดใหญ่ 1,000 ซม. ³ ขวดกลาง 530 ซม. ³ ขวดเล็ก 20 ซม. ³ และ ซอง 15 ซม. ³ โดยรูปซองที่ดูทันสมัยมี สีแดงสะดวก
การบรรจุภัณฑ์	ใช้พลาสติกแบบฟรอยด์ และฉลากสีแดงเพื่อความสะดวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การตลาด

ตลาดรวม

1. น้ำปลาแบ่งตลาดเป็น 2 กลุ่ม

1.1 น้ำปลาแท้ 6 เดือน และ 12 เดือน น้ำปลาแท้หมัก 6 เดือน จะมีจำหน่ายในไทย และได้รับความนิยมนจากผู้ใช้นามากกว่า 12 เดือน เพราะมีราคาถูกกว่ามาก แต่สามารถส่งออกไปขายต่างประเทศได้

ทิพรส	33%
คนแบกถัง	27%
หอยนางรม	22%
ปลาหมึก	18%

1.2 น้ำปลาผสม จะเป็นที่นิยมของคนชั้นต่ำส่วนล่าง ส่วนมากจะเป็นกรรมกรที่มีรายได้น้อย

การแบ่งส่วนตลาด

จากการสำรวจตลาดเป้าหมาย

1. กลุ่มแม่บ้านทั่วไป เลือกซื้อน้ำปลาเพราะยี่ห้อที่ผลิตมาก่อน จึงเป็นคนกลุ่มใหญ่ที่เลือกใช้ยี่ห้อทิพรส
2. กลุ่มพ่อครัวแม่ครัว จะเป็นพ่อครัว แม่ครัว ที่ทำอาหารให้กับร้านอาหารที่มีชื่อเสียง โดยส่วนใหญ่นิยมใช้ยี่ห้อ คนแบกถัง
3. กลุ่มแม่บ้านที่มีการศึกษาจะเป็นกลุ่มจบการศึกษา ม. 6, ปวส., ปริญญาตรี โดยส่วนใหญ่จะเลือกใช้ยี่ห้อ หอยนางรม

การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์การตลาด

โดยการกำหนดตามคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ให้เข้าไปในจิตใจของลูกค้า เพราะตัวผลิตภัณฑ์น้ำปลาแท้บรรจุของตราหอยนางรมเป็นผลิตภัณฑ์คุณภาพสูง การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดจะใช้แนวความคิดโดยระบุตำแหน่งผลิตภัณฑ์ตามคุณสมบัติ

1. สร้างความรู้สึกรักดีต่อตราสินค้า โดยใช้ให้เห็นถึงผลิตภัณฑ์ที่มีค่ามากกว่าการใช้ปรุงรสอาหาร แต่กลับเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตลูกค้า
2. สร้างภาพลักษณ์หรือบุคลิกตราสินค้า เป็นน้ำปลาที่เปรียบเสมือนเพื่อนทุกข์เพื่อนยาก
3. เพื่อติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ โดยการกล่าวถึงประโยชน์และ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปผลวัตถุประสงค์การตลาด - การวิเคราะห์กลยุทธ์การสร้างสรรค้งานโฆษณา

ชื่อสินค้า	น้ำปลาแท้บรรจุของตราหอยนางรม
ราคา	กล่องมี 24 ซอง ราคา 23 บาท
กลุ่มเป้าหมาย	<p>กลุ่มเป้าหมายหลัก นักศึกษาที่ชอบการเดินทางท่องเที่ยว อายุตั้งแต่ 18 - 25 ปี มีรายได้สูง</p> <p>กลุ่มเป้าหมายรอง ชายหญิงที่ชอบการเดินทางท่องเที่ยว อายุตั้งแต่ 25 - 40 ปี มีรายได้สูง</p>
จุดเด่น	พกพาง่าย ฉีกง่าย ขนาดเล็ก เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน ISO 9002 และ HACCP ราคาถูก ของดีแฉงสามารถเห็นได้ง่าย
จุดด้อย	ผู้ซื้อกลัวของแตก ตราสินค้าเป็นรูปหอยทำให้ผู้ซื้อเข้าใจผิดคิดว่าเป็นน้ำมันหอย
วัตถุประสงค์ทางการตลาด	<ol style="list-style-type: none"> 1. สร้างความรู้สึกรักดีต่อสินค้า โดยชี้ให้เห็นถึงผลิตภัณฑ์ที่มีค่ามากกว่าแต่ให้รสชาติ แต่กลับเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตผู้บริโภคมากกว่า 2. สร้างภาพลักษณ์หรือบุคลิกตราสินค้า เป็นน้ำปลาที่เปรียบเสมือนเพื่อนทุกข์เพื่อนยาก 3. เพื่อติดต่อสื่อสารกับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ โดยการกล่าวถึงประโยชน์และคุณสมบัติพิเศษของน้ำปลาแบบซอง

การวิเคราะห์กลยุทธ์การสร้างสรรค้งานโฆษณาของน้ำปลาแบบซองตราหอยนางรม

1. แนวคิดหลักในการขาย เป็นโฆษณาที่เน้นให้ตัวผลิตภัณฑ์เป็นคู่ทุกข์คู่ยากกับผู้บริโภค
2. กลยุทธ์การสร้างสรรค้งานโฆษณา
 1. ใช้การสร้างเรื่องราว โดยให้เป็นเรื่องของชายหนุ่มที่ไปติดเกาะ
 2. ใช้ผู้แสดงที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้ตัวแสดงที่เป็นวัยรุ่น
 3. ใช้อารมณ์หรือภาพลักษณ์สร้างให้คนยอมรับในการเป็นคู่ทุกข์ คู่ยากระหว่างคนกับน้ำปลา เพื่อยกระดับตัวผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

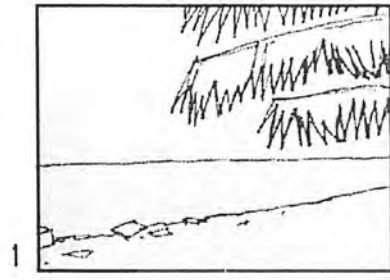
การวางแผนโฆษณา

กลยุทธ์การสร้างสรรคัภาพยนตร์โฆษณาน้ำปลาของ “ตราหอยนางรม”

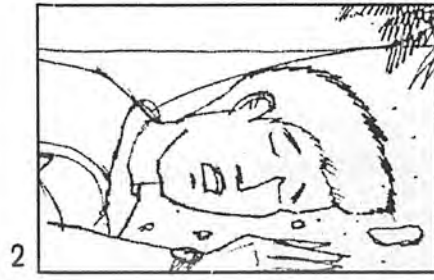
1. ผู้รับสาร เป็นเป้าหมายคือ นักศึกษา ชาย-หญิง ที่ชอบการเดินทางท่องเที่ยว อายุ 18-25 ปี มีรายได้สูง
2. วัตถุประสงค์ในการโฆษณา เพื่อให้เกิดความชอบ (Comprehension) ในตัวน้ำปลาแบบซอง
3. แนวคิดหลักในการขาย ชี้ให้เห็นอาหารที่ไม่ปรุงด้วยน้ำปลาจะมีรสชาติไม่อร่อยและพอนำมาทานอาหาร ท้องก็ไม่อึด สมองไม่เดิน
4. แนวความคิดในการโฆษณา คือ การใช้เรื่องราวของวัยรุ่นที่มาติดเกาะแล้วต้องดำรงชีวิตอยู่บนเกาะ
5. การสร้างภาพลักษณ์ในตลาดสินค้า โดยใช้อารมณ์และภาพลักษณ์สร้างให้คนยอมรับในการเป็นคู่ทุกข์คู่ยากระหว่างคนกับน้ำปลาซอง เพื่อยกระดับตัวสินค้า
6. บุคลิกภาพในตราสินค้า น้ำปลาตราหอยนางรมเป็นคู่ทุกข์คู่ยาก
7. การสร้างเรื่องราวประจำตัวสินค้า เป็นเรื่องราวชายหนุ่มที่มาติดเกาะแล้วใช้ชีวิตกับน้ำปลาของ “ตราหอยนางรม”
8. ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ น้ำปลาตราหอยนางรมเป็นสินค้าระดับต้น ๆ
9. การจูงใจด้านเหตุผล น้ำปลาทำให้รสชาติของอาหารอร่อยขึ้น ก็ยิ่งทานได้มากขึ้น ทำให้มีแรงมีความคิดมากขึ้น จนกระทั่งสามารถสร้างแพ้ออกมาจากเกาะได้
10. การจูงใจด้านอารมณ์ ใช้การจูงใจให้เกิดความพึงพอใจ (Pride) จากการที่ที่น้ำปลาของตราหอยนางรมมาทำเป็นใบเรือ ซึ่งทำให้สามารถเดินทางออกจากเกาะได้
11. วิธี, เทคนิค ในการสร้างงานโฆษณา
 - การสร้างเป็นเรื่องราว
 - การใช้สิ่งหนึ่งของชีวิต
 - ใช้ตัวแสดงเป็นกลุ่มเป้าหมาย
 - ใช้อารมณ์หรือภาพลักษณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

STORY BOARD



1 ชายหาดตอนกลางวัน



2 บุ๊คนอนเกยหาด



3 บุ๊คเดินตะโกน



4 บุ๊คกำลังปิ้งปลา



5 บุ๊คหยิบปลามากิน แต่ไม่อร่อย



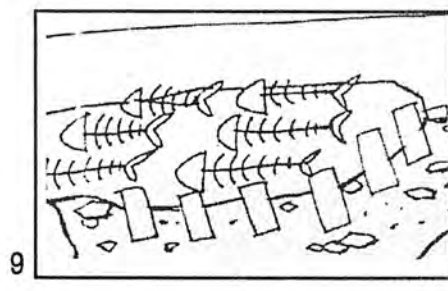
6 ชายหาดตอนเช้า บุ๊คเดินมาเจอกล่องใส่ของนำปลา



7 บุ๊คเหาะนำปลาของลงบนตัวปลา



8 บุ๊คเคี้ยวอย่างเอร็ดอร่อย



9 กำปลาและของวางเรียงราย

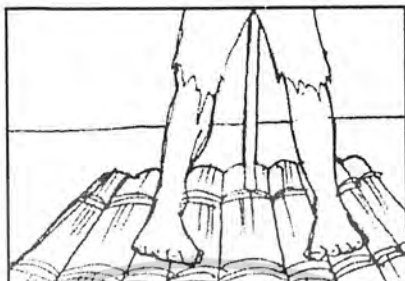
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

STORY BOARD



10

บุ๊คต่อแพ



11

บุ๊คยืนบนแพ



12

บุ๊คยิ้มอย่างมีความสุข



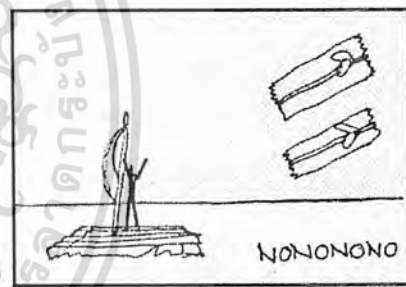
13

บุ๊คดีใจเพราะเห็นเรือประมง



14

แทนสายตาบุ๊คหันขึ้นมามองใบเรือ
ที่ทำจากของนำปลานับร้อย



15

บุ๊คกระโดดดีใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

ขั้นตอนการผลิตภาพยนตร์โฆษณา

ขั้นเตรียมการก่อนถ่ายทำ (Pre – Production)

เป็นขั้นตอนที่เตรียมทุกอย่าง เพื่อขั้นตอนต่อไปจนถึงขั้นตอนหลังการถ่ายทำ ซึ่งขั้นตอนนี้จะกำหนด วัน เวลา ต่าง ๆ ในการทำงานทุกอย่าง รวมถึงการเตรียมอุปกรณ์ประกอบฉาก สถานที่ ตัวแสดง แต่งหน้า เสื้อผ้า กำหนดการเดินทาง ฯลฯ

การทำ Shooting Board หลังจากที่ได้ Story Board เรื่องที่เหมาะสมที่สุดแล้วนำมาพัฒนาเป็น Shooting Board ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดการถ่ายทำ สถานที่ที่ใช้ถ่ายทำ อุปกรณ์ประกอบฉาก ตัวแสดง และ ทีมงาน ซึ่งการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณาถือว่า Shooting Board สำคัญมาก

การเตรียมงานทั้งหมด มีดังนี้

- Shooting Board
- ตารางการถ่ายทำ – หลังการถ่ายทำ (Post – Production)
- เอกสารต่าง ๆ
- สถานที่ (Location)
- ตัวแสดง (Casting)
- อุปกรณ์ประกอบฉาก (Props)
- เครื่องแต่งกาย (Costume)
- แต่งหน้า – ผม (Make - Up)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางถ่ายทำ – ขั้นตอนหลังถ่ายทำ (Shoot and Post)

ว/ด /ป	เวลา	งาน	สถานที่	หมายเหตุ
10 มีนาคม 45	6.00 – 18.00	Shoot	หาดน้อย จ.ชลบุรี	นำ FILM ไปล้างเวลา 21.00
11 มีนาคม 45	18.00	Negative	กันตนา	
12 มีนาคม 45	08.30	TC.	Soho Asia	นำ Beta ไป FX Post
13 มีนาคม 45	10.00 – 13.00	Edit	FX Post	นำเทป VHS ไป Jingle Bell และ เพลง “Alone Again”
15 มีนาคม 45	10.00 – 12.00	On Linc	FX Post	
15 มีนาคม 45	14.00 – 16.00	Sound	Jingle Bell	ยิงลง Beta และ VHS



Sheet : 1	EXT	INT	CALL SHEET		
Title : น้ำปลาตราหอยนางรม		Date : 13 / 3 / 45	Day	Night	
Director : Golf		Location : หาดนางรำ			
Production No. : "KMITL"		Shoot Time : 6.00 – 18.00 น.			
Cast		Tel			
1. Book		01-5909020			
Map.					
Remark <p>มาตรงเวลาด้วย เพราะต้อง Make-Up ประมาณ 1 ชั่วโมงครึ่ง</p>					





เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Sheet 1	EXT	INT	BREAKDOWN SHEET		
Title : น้ำปลาตราหอยนางรม			Date : 10 / 3 / 45	Day	Night
Director : Golf			Location : หาดนางรำ		
Production No : "KMITL"			Shoot Time : 6.00 – 18.00 น.		
MAINCAST		EXTRA	CREW CALL : 6.00 น.		
Book 01-5909020		-	SCENE	PAGE	
			1	1	
DESCRIPTION			SHOT	REMARK	
<p>ชายหนุ่มที่มาติดเกาะแล้วต้องดำรงชีวิตอยู่โดยการหาปลาหรืออะไรที่จับได้โดยง่าย แต่ด้วยรสชาติที่ไม่อร่อย ต่อมาเขาได้เจอกล่องที่ลอยมาติดเป็นกล่องที่ใส่ซองน้ำปลาตราหอยนางรม ทำให้เขาทานปลาอย่างอร่อยขึ้น อีกทั้งซองน้ำปลายังต่อกันเป็นโบเรือได้ด้วย เพราะน้ำปลาตราหอยนางรมทำให้เขามีชีวิตรอด</p>			1 – 18	-	
			ATMOSPHERE	STUNTS	
			เกาะร้างที่ไม่เคยมีใครอยู่หรือ พบเจออยู่กลางมหาสมุทร		
PROPS			COSTUME		
1. Pack (ซองน้ำปลา) 5 ซอง 2. กล่องน้ำปลา 10 กล่อง 3. ปลากระพงแดงคั้ม 10 ตัว 4. ก้างปลา 5 ตัว			5. แพ้ทำจากไม้สน 6. โบเรือ 7. เชือกปอ 8. ซองน้ำปลาจริง		
1. เสื้อสีขาวแขนยาวทรงโปโล 3 ตัว - แขนขาด 1, - สกปรก 1, - ธรรมดา 1 2. กางเกงผ้าสีค้ำ 3 ตัว					
PRODUCTION TEAM			SPECIAL EFFECT	SPECIAL EQUIPMENT	
"Film Crew" P' เอก 01-8205420 P' ตู๋ 01-3635310 "Film Student" หยก 09-9221182 เป็ด 01-3250790 ตีม 09-9223410		"Producer" N' Jeab 01-9342009 แวน 09-1311067 สุ 01-2072861 กอล์ฟ 01-9137316	-	- Dolly	

SHOOTING SCRIPT

T.V.C. 60 วินาที

เรื่อง : น้ำปลาตราหอยนางรม




<p>5. CU.</p> <p>บู๊คกำลังจะกินปลาอย่าง</p> <p>Cut</p>		<p>เสียงดนตรีประกอบ</p>
<p>6. CU.</p> <p>บู๊คหยิบปลาใส่ปลาแล้วเคี้ยว</p> <p>แต่ไม่อร่อย</p> <p>Cut</p>		<p>เสียงดนตรีประกอบ</p>
<p>7. CU.</p> <p>บู๊คดูปลาทิ้ง</p> <p>Cut</p>		<p>เสียงดนตรีประกอบ</p>
<p>8. ELS.</p> <p>ทะเลตอนเช้า</p> <p>Cut</p>		<p>เสียงดนตรีประกอบ</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับคุณใช้เฉพาะเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่ได้อุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้วยประการ
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

SHOOTING SCRIPT

T.V.C. 60 วินาที


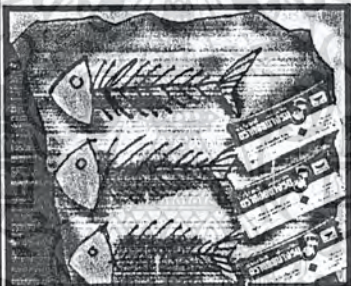


เรื่อง : น้ำปลาตราหอยนางรม

<p>9. LS. Dolly ขวา</p> <p>บู๊ตเดินตะโกน</p> <p>Cut</p>		<p>เสียงดนตรีประกอบ</p> <p>บู๊ต : ฮู้ว! มีใครอยู่บ้าง</p>
<p>10. ELS.</p> <p>บู๊ตวิ่งเข้าหากล่องน้ำปลาตราหอยนางรม</p> <p>Cut</p>		<p>เสียงดนตรีประกอบ</p>
<p>11. CU.</p> <p>บู๊ตหยิบซองน้ำปลาตราหอยนางรม</p> <p>Cut</p>		<p>เสียงดนตรีประกอบ</p>
<p>12. CU.</p> <p>บู๊ตเทน้ำปลาใส่ปลาอย่าง ด้วยความดีใจ</p> <p>Cut</p>		<p>เสียงดนตรีประกอบ</p>

SHOOTING SCRIPT

T.V.C. 60 วินาที

เรื่อง : น้ำปลาตราหอยนางรม

<p>13. CU.</p> <p>บู๊ตกินปลาอย่างเอร็ดอร่อย</p> <p>Cut</p>		<p>เสียงดนตรีประกอบ</p>
<p>14. CU.</p> <p>ก้างปลา และของน้ำปลาตราหอยนางรม วางอยู่บนตอไม้</p> <p>Cut</p>		<p>เสียงดนตรีประกอบ</p>
<p>15. CU.</p> <p>บู๊ตมองดูของน้ำปลาที่หมดแล้ว ยิ้ม</p> <p>Cut</p>		<p>เสียงดนตรีประกอบ</p>
<p>16. MS.</p> <p>บู๊ตกำลังต่อแพด้วยไม้และเชือก</p> <p>Cut</p>		<p>เสียงดนตรีประกอบ</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

SHOOTING SCRIPT

T.V.C. 60 วินาที

เรื่อง : น้ำปลาตราหอยนางรม

<p>17. MS.</p> <p>จากหน้าบู๊ต.แล้วยกสูงมา Focus ที่ ใบเรือ ที่ทำจากของน้ำปลาตรา หอยนางรม</p> <p>Cut</p>		<p>เสียงดนตรีประกอบ</p>
<p>18. ELS.</p> <p>บู๊ตเดินทางด้วยแพ ของน้ำปลาพุ่งออกมาจากแพ Super : น้ำปลาตราหอยนางรม</p> <p>The End</p>		<p>เสียงดนตรีประกอบ</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อุปกรณ์ประกอบฉาก (Props) ได้ใช้ภาพยนตร์เรื่อง “Cast Away” เป็นแบบอ้างอิงในการสร้าง อุปกรณ์ประกอบฉากหลักในภาพยนตร์โฆษณา น้ำปลาตราหอยนางรม จะมีดังนี้

1. ขอน้ำปลาตราหอยนางรม สำหรับภาพยนตร์โฆษณาที่เน้นสินค้าเป็นหลัก จำเป็นต้องให้ตัวบรรจุภัณฑ์ดูสวยงามกว่าความเป็นจริง ผู้จัดทำจำเป็นต้องสร้างขอน้ำปลาขึ้นมาใหม่ โดยการขอตัวของที่ยังไม่ได้ผืนึก หรือ บรรจุน้ำปลา มาทำให้เหมือนซองจริง แต่มีความสวยงามกว่า



ซองที่ทำขึ้นมาใหม่

ซองเดิม

2. กล่องกระดาษที่ใส่ของน้ำปลา โดยการขอกกล่องกระดาษจากบริษัท น้ำปลาที่ยังไม่ได้ขึ้นรูปให้ดูดีกว่ากล่องทั่วไป



ภาพอุปกรณ์ประกอบฉาก (Props) 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

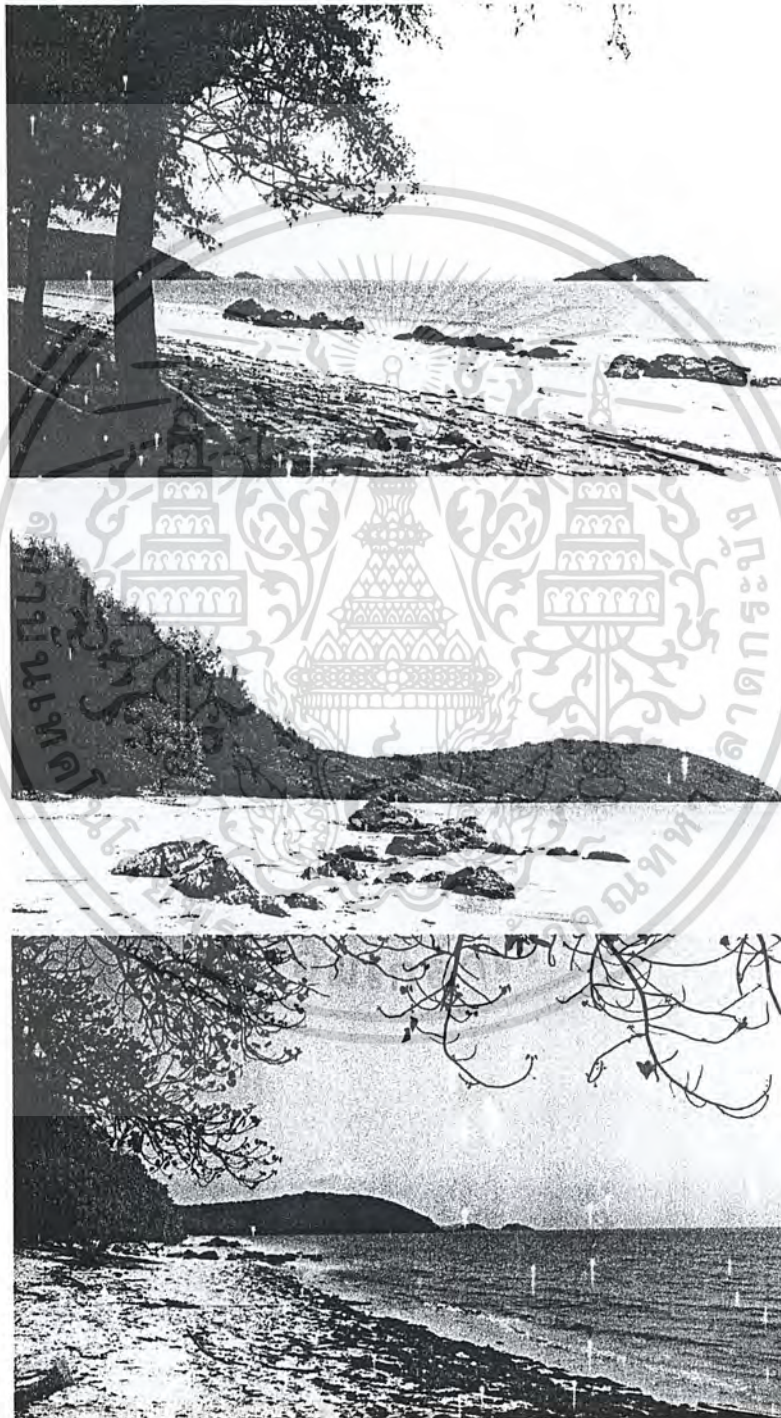
3. แพ ในเนื้อเรื่องของภาพยนตร์โฆษณาตัวแสดงได้ใช้ของน้ำปลาที่รับประทานหมดแล้วมาเย็บต่อกันเป็นใบเรือ และนำมาไม้มาต่อเป็นแพ เพื่อใช้เดินทางออกจากเกาะ ในส่วนของใบเรือ ผู้จัดทำได้ทำขึ้นมาเอง โดยการนำเอาซองที่ยังไม่ได้บรรจุมาต่อกันเป็นใบเรือขนาด 2 x 3 เมตร และตัวแพได้ว่าจ้างทางทหารที่กองทัพเรือสตั๊ปปิ์ จัดสร้างให้ เพื่อสะดวกในวันถ่ายทำจริง



ภาพอุปกรณ์ประกอบฉาก (Props) 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถานที่ถ่ายทำ (Location) ผู้ทำได้เลือกชายหาดบริเวณหาดน้อย ซึ่งอยู่ติดกับหาดนางรำ อ.สัตหีบ จ.ชลบุรี เพราะบริเวณนี้ เป็นเขตหวงห้าม ดุรก้าง คล้ายกับเกาะล้าง ไม่มีผู้อาศัยอยู่ ซึ่งตรงกับเนื้อเรื่องของภาพยนตร์ อีกทั้งอยู่ห่างจากตัวกรุงเทพฯ ไม่มาก



ภาพสถานที่ถ่ายทำ (Location)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เครื่องแต่งกาย (Costume) ใช้เสื้อผ้าที่ขัดแย้งกับสถานที่ที่เป็นชายหาด โดยได้ใช้เสื้อทรงโปโลแขนยาวสีขาว และกางเกงผ้าสีดำ ในภาพยนตร์จะมี 3 ช่วงเวลา ดังนั้นจึงต้องมี 3 ชุด โดยชุดที่ 2 และ 3 จะชำรุดลง



ภาพเครื่องแต่งกาย (Costume) ชุด 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เครื่องแต่งกาย (Costume) ชุด 2



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับนักเรียนในเพื่อการศึกษาเท่านั้น ขออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เครื่องแต่งกาย (Costume) ชุด 3



ภาพเครื่องแต่งกาย (Costume) ชุด 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แต่งหน้า (Make - Up) ได้ใช้ภาพยนตร์เรื่อง “Cast Away” เป็นแบบอ้างอิงในการแต่งหน้าและท่าผม ในการแต่งหน้าจะทำให้สีผิวเข้มขึ้น และมีการเติมหนวดเครา เพิ่มเติมเพื่อความสมจริง



ภาพการแต่งหน้า (Make - Up)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

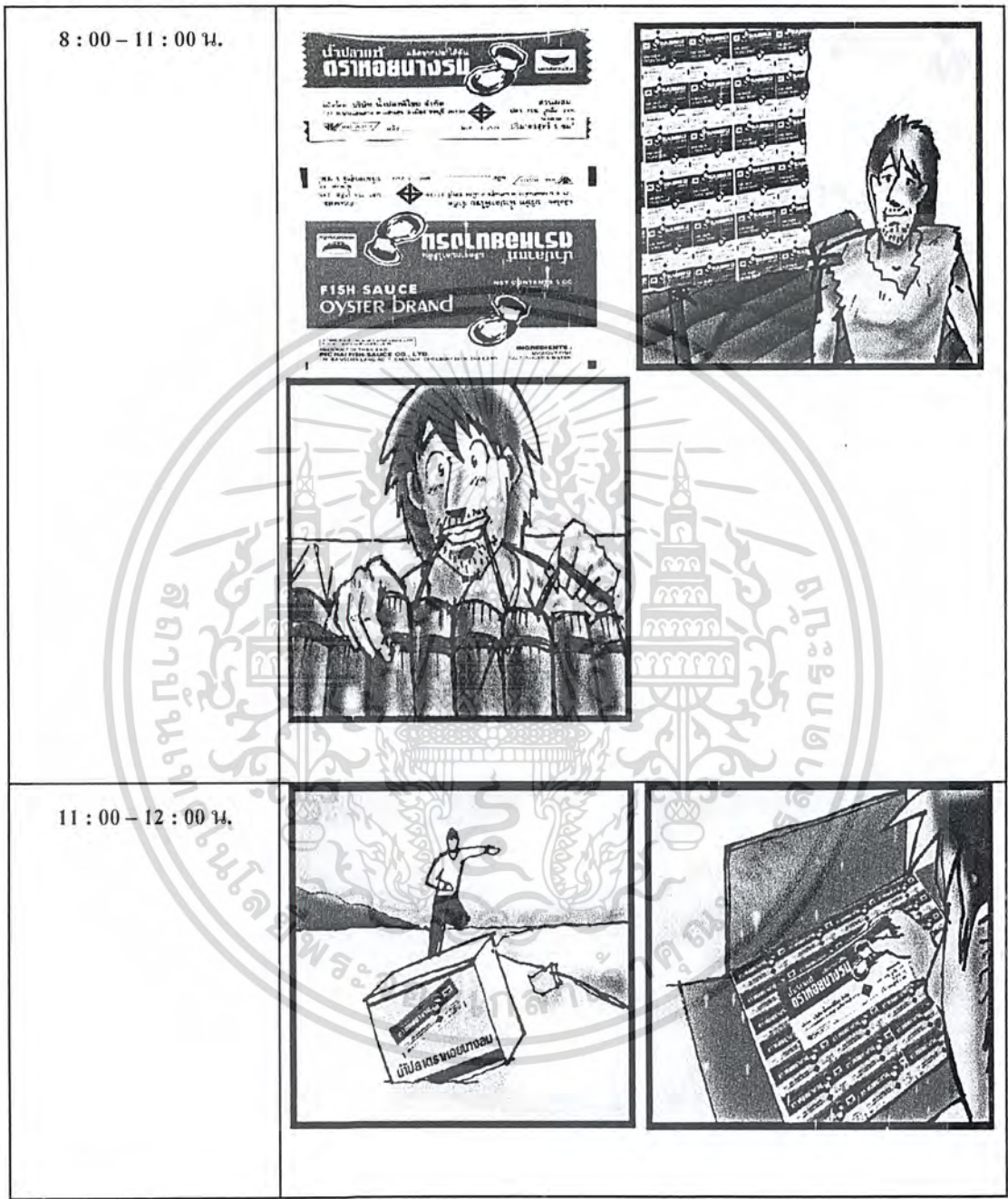
ขั้นตอนการถ่ายทำ

เป็นขั้นตอนที่ข้าพเจ้าและทีมงานต้องปฏิบัติให้ทันเวลา ตั้งแต่ 6.00 – 18.00 น. โดยได้เตรียมอุปกรณ์ประกอบจากทั้งหมดพร้อมตั้งแต่ วันที่ 8 มีนาคม 2545 ในวันที่ 10 มีนาคม 2545 ได้นำทีมงานพร้อมกันที่บ้านข้าพเจ้า หลังจากนั้นออกเดินทางโดยรถตู้โดยสารไปยังสถานที่ (Location) หาดน้อย อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

พอลงสถานที่ถ่ายทำ (Location) ข้าพเจ้าและตากล้องได้ เบรก Shot เพื่อได้ตรงเวลาอย่าง ที่กำหนดไว้ โดยข้าพเจ้าได้เบรก Shot ตาม Make-Up โดยเริ่มจาก Shot ที่มีการแต่งหน้า เยอะ ที่สุด (โทรมที่สุด) แล้วค่อย ๆ สดลงมาตามลำดับ

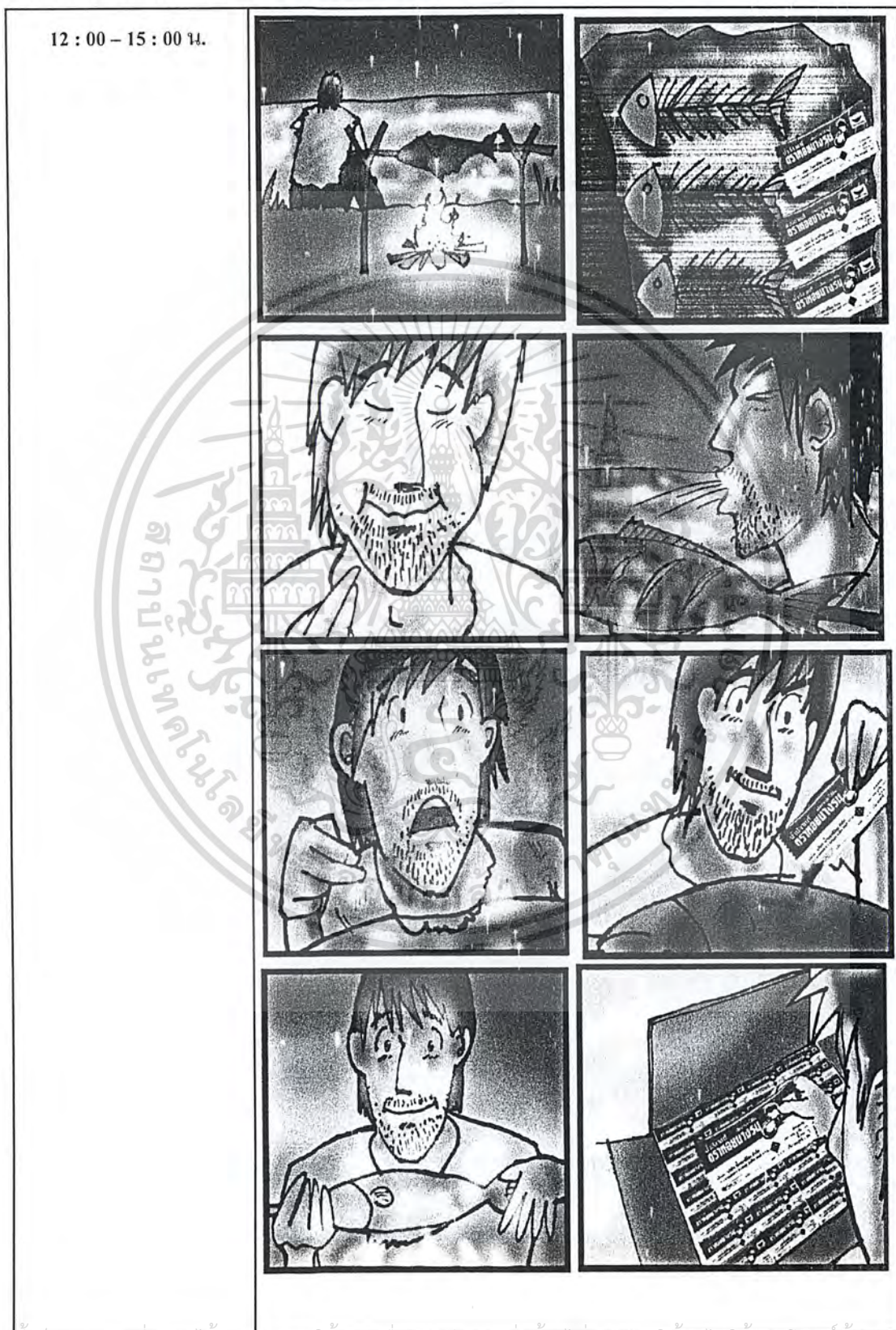
การถ่ายทำเป็นไปตามแผนการถ่ายทำ โดยการประสบปัญหาเล็กน้อยเกี่ยวกับการแต่งกาย ตัวแสดง เพราะเสื้อผ้ามีทั้งหมด 3 ชุด ตอนเปลี่ยนค่อนข้างสับสนบ้าง โดยต้องให้ทีมงานช่วยกัน จำว่า Shot ไหนต้องใส่ชุดอะไรบ้าง การถ่ายทำสิ้นสุดเวลา 17.00 น. เหลืออีก 1 ชั่วโมงเป็นการทำความสะอาดให้สะอาดเหมือนตอนแรกที่มา และได้ออกเดินทางกลับกรุงเทพฯ เวลา 18.00 น.

Break Shot เพื่อถ่ายทำในวันที่ 10 มีนาคม 2545



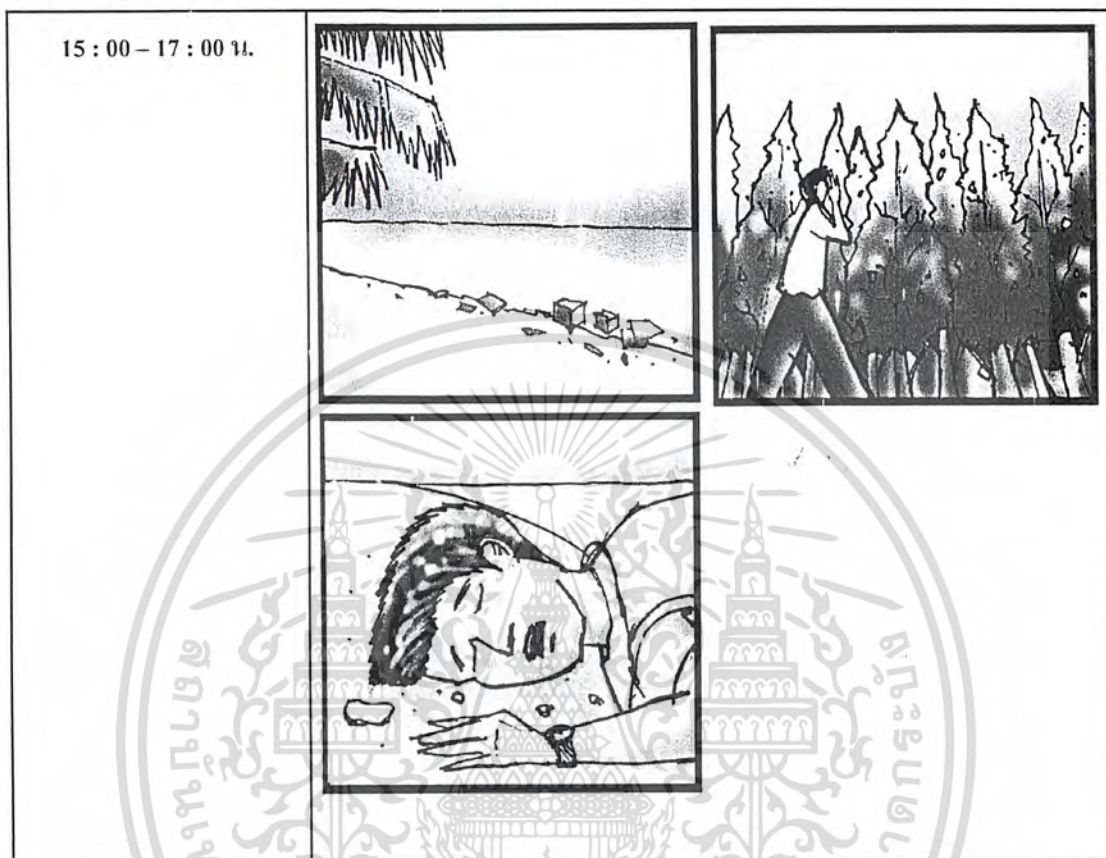
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Break Shot เพื่อถ่ายทำในวันที่ 10 มีนาคม 2545



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

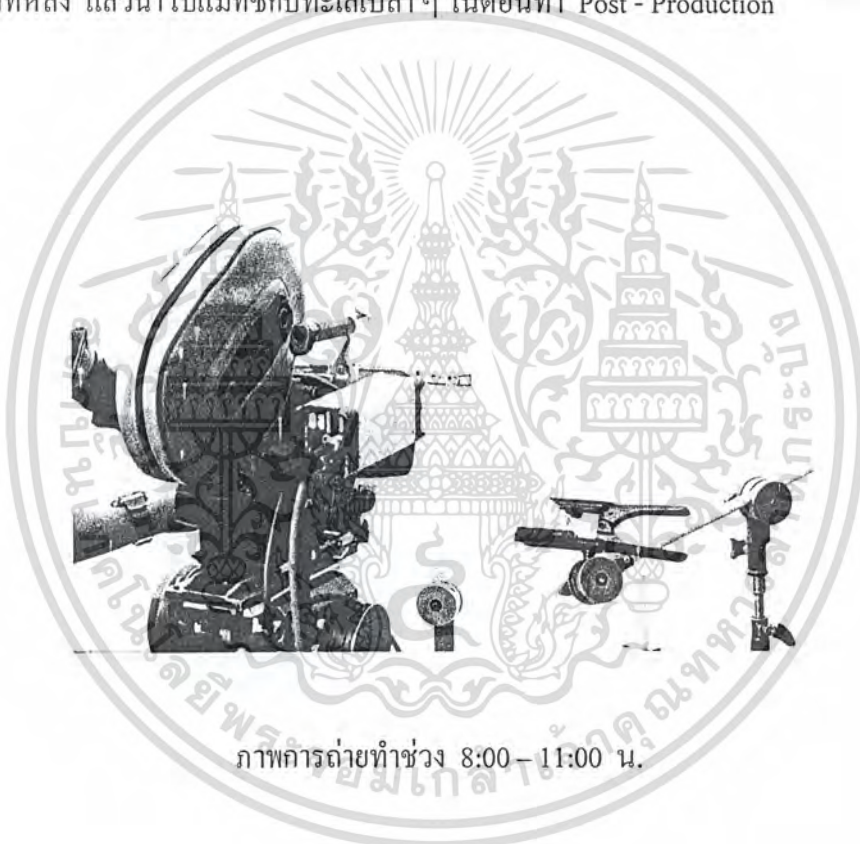
Break Shot เพื่อถ่ายทำในวันที่ 10 มีนาคม 2545



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การถ่ายทำช่วงเช้า 8:00 – 11:00 น.

เพื่อเป็นการไม่ให้เสียเวลาเพราะต้องเสียเวลาแต่งหน้า – ทำผม ตัวแสดงต้องใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมงครึ่ง จำเป็นต้องถ่าย Pack Shot ก่อน โดยถ่ายบน Green Screen เพราะใน Pack มีสีน้ำเงิน เลยต้องถ่ายบน Green Screen จากนั้นก็ถ่ายใน Shot ที่ยากที่สุด คือ Shot ตัวเอกอยู่บนแพที่ลอยอยู่ในทะเล แต่เนื่องจากเกิดปัญหาเพราะไม่สามารถบังคับให้แพที่ลอยในทะเลได้จริงๆ จำเป็นต้องใช้โตะขนาดใหญ่เป็นฐานรองแพ แล้วใช้ทะเลเป็น Blue Screen แล้วจึงมาตัดออกที่หลัง แล้วนำไปแมทช์กับทะเลเปล่าๆ ในตอนทำ Post - Production



ภาพการถ่ายทำช่วง 8:00 – 11:00 น.

จากนั้นก็ถ่าย Shot ที่ตัวแสดงกำลังผูกแพ โดยใช้เลนส์เทเลโฟโต้ขนาด 25 – 250 เพื่อต้องการให้ข้างหลังเกิดระยะมากขึ้น ภาพจะเกิดความสวยงามมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การถ่ายทำช่วง 11:00 – 12:00 น.

โดยถ่ายแค่ 2 Shot โดย Shot แรกเป็น Shot กว้าง ซึ่งท้องฟ้าไม่ใส จึงให้ตากล้องใส่ฟิลเตอร์สี เพื่อให้ท้องฟ้าสวยขึ้น Shot ที่ 2 เป็น CU. Pack โดยจะฉีฟโฟกัสจาก Pack ที่อยู่ในกล่อง แล้วมาโฟกัส Pack ที่อยู่ในมือตัวละคร Shot นี้มีปัญหาคือ ตัวแสดงที่นำมาไมใช่มีอาชีพ จึงมีปัญหาเรื่องการยก Pack ให้อยู่ในเฟรม ข้าพเจ้าจึงให้ผู้ช่วยกล้องที่มีความสามารถเล่นแทนใน Shot นี้ได้



ภาพการถ่ายทำช่วง 11:00 – 12:00 น.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ถ่ายทำช่วง 12:00 – 15:00 น.

การถ่ายทำช่วงนี้จะเป็นการถ่ายที่เรียกว่า “Day for Night” โดยคนถ่ายภาพจะนำฟิลเตอร์สีน้ำเงินเข้มมาใส่ เพื่อให้ดูคล้ายตอนกลางคืน การถ่ายทำช่วงนี้จะเป็น Shot CU. เป็นส่วนใหญ่ ปัญหาที่เกิดขึ้นคือ ตัวแสดงจะต้องเล่นหรือแสดงให้ดีที่สุดที่สุด ซึ่งแต่ละ Shot Take มาก



ภาพการถ่ายทำช่วง 12:00 – 15:00 น.

ถ่ายทำช่วง 15:00 – 17:00 น.

การถ่ายช่วงนี้จะต้องเอา Make - Up ออกให้หมด เพราะ Shot ในช่วงนี้เล่าถึงชายหนุ่มเพิ่งมาถึงเกาะ การถ่ายทำช่วงนี้ไม่มีปัญหาอะไร นอกจากเวลาที่ต้องถ่ายให้ทัน 17:00 น.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

CAMERA REPORT

PAGE

ROLL NO.

2

2, 3

PRODUCTION COMPANY : KMITL

TITLE : “หอยนางรม”

DATE : 10/3/02

DIRECTOR : GOLF

COMERAMAN : พี่เอก

FILM TYPE : 3.5

LOC./STU. : หาดน้อย

SCENE	TAKE	LENS	T/STOPS	FPS	FILTER	DAY NIGHT	INT.	EXT.	SYNC	MOS.
SHOT	REMARKS									
15A	1			25		✓	Cu	หน้าพระเอกค้อมแพ (แบบมุ้งมัน)		
	2					✓	Cu	หน้าพระเอกค้อมแพ (แบบสบาย ๆ)		
	3					✓	Cu	หน้าพระเอกค้อมแพ (ไม่คาบเชือก)		
insearc	1		25 - 250			×	Cu	เห็นดินบนชายหาด		
เท้า	2					×				
	3					✓		Good Take		
insearc	1					×		พระเอกเดินแบกซุงบนชายหาด ROOL 3		
แบกซุง	2					×				
	3					×				
	4					✓		Good Take		
8	1	85	4	25	ND 9	×		มือยกของนำปลาขึ้นค		
	2					×				
	3					✓		พอได้		
	4					×				
	5					×		ขกสูงไป		
	6					✓		Good Take		
10	1	35	2.8 ½	25	Day for	×		หน้าพระเอก เทซื่อสใส่ปลา (Close - up)		
	2				Night	✓		Good Take		
10A	1				”	✓	BID	Close - up (Close - up)		
	2				”	✓		(Close - up)		
	3				”	×		พอได้		
	4				”	×				
	5				”	✓				
12	1	35	2.8 ½	25	”	×		สีหน้าเกือบปลา (อ่อยมาก) หน้าไม่ได้		
	2				”	×				
	3				”	✓		Good Take		
13	1	35	2.8 ½	25	”	×		ขาเดินไป คิดไป (บึง Idea) หน้าไปไซประโยชน์ดานการคร้า		
	2				”	✓		Good Take		
6	1	35	2.8 ½	25	”	×		พระเอกนั่งแข็ง (ไปตามเขาเป็น Foreground)		
	2				”	×				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการ
 ไม่ควรนำออกเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต และขอสงวนสิทธิ์ของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นตอนหลังการถ่ายทำ (Post – Production)

ขั้นตอนนี้มีความสำคัญมากสำหรับภาพยนตร์โฆษณา เพราะต้องการให้ภาพยนตร์มีความสวยงามกว่าภาพยนตร์บันเทิง หรือภาพยนตร์ขนาดสั้น โดยขั้นตอนนี้ผู้กำกับจะต้องเฝ้าดูอย่างละเอียดทุกกระบวนการ

หลังจากได้ฟิล์มเนกกาทีฟมา จำเป็นต้องทำการแปลงสัญญาณจากฟิล์มให้เป็นสัญญาณระบบวิดีโอเบต้า หรือการ Teleline One Light การแปลงสัญญาณในภาพยนตร์โฆษณานำปลาของตราหอยนางรม ต้องการให้แสงในแต่ละ Shot ที่ถ่ายมาทั้งหมด

การตัดต่อ (Edit) ได้ทำการตัดต่อที่ FX Post Production โดยเวลาตัดต่อหยาบเป็นเวลา 2 ชั่วโมง จากนั้นจึงนำ Camera Report ให้ผู้ตัดต่อ (Editor) เลือก Good Take จาก Camera Report เอง แล้วตัดต่ออย่างละเอียดอีกที

การทำ On Line คือ การเทคนิค เช่น การทำสีเฉพาะที่ ที่ทำคอมพิวเตอร์กราฟฟิก การแมทซ์ภาพ (Blue Screen) โดยทำ On Line ที่ FX Post Production เช่นเดียวกัน โดย Shot ที่ทำจะเป็น Shot ที่เห็นทะเล เพราะต้องการให้ทะเลมีสีเขียวขึ้น และ Shot สุดท้ายที่ถ่าย Pack Shoot ที่ได้ถ่ายบน Green Screen โดยได้กั๊กสีเขียวออก เพื่อนำมาแมทซ์กับทะเลเปล่า ๆ และภาพแพ็คเกจก็นำมาแมทซ์กับทะเลเปล่า ๆ เหมือนกัน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น มิอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การทำเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา (Sound) ได้เลือกเพลงที่จะใช้ประกอบกับภาพยนตร์โฆษณาน้ำปลาตราหอยนางรมเป็นเพลง “Alone Again” ผู้ขับร้อง Gilbert O'Sullivan เป็นเพลงยุค 70 โดยใช้ห้องทำเสียงที่ Jingle Bell โดยใช้ทำนองช่วงแรกที่เป็นดนตรีบรรเลงมาก่อน จนตอนสุดท้ายเป็นเสียงนักร้องว่า “Alone Again Naturally”



ภาพการทำเพลงประกอบที่ Jingle Bell

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

งบประมาณภาพยนตร์โฆษณาน้ำปลาของ “ตราหอยนางรม”

ค่าเช่ารถตู้เดินทาง 2 คัน	3,600	บาท
ค่าอาหาร	3,000	บาท
ค่าไม้ทำแพ	1,000	บาท
ค่าทหารรับจ้าง	500	บาท
ค่าเช่ากล้อง	15,000	บาท
ค่าล้างฟิล์ม	3,558	บาท
ค่า Telecine	3,500	บาท
ค่าเทปวิดีโอ เบต้า	877	บาท
รวมทั้งสิ้น	31,035	บาท

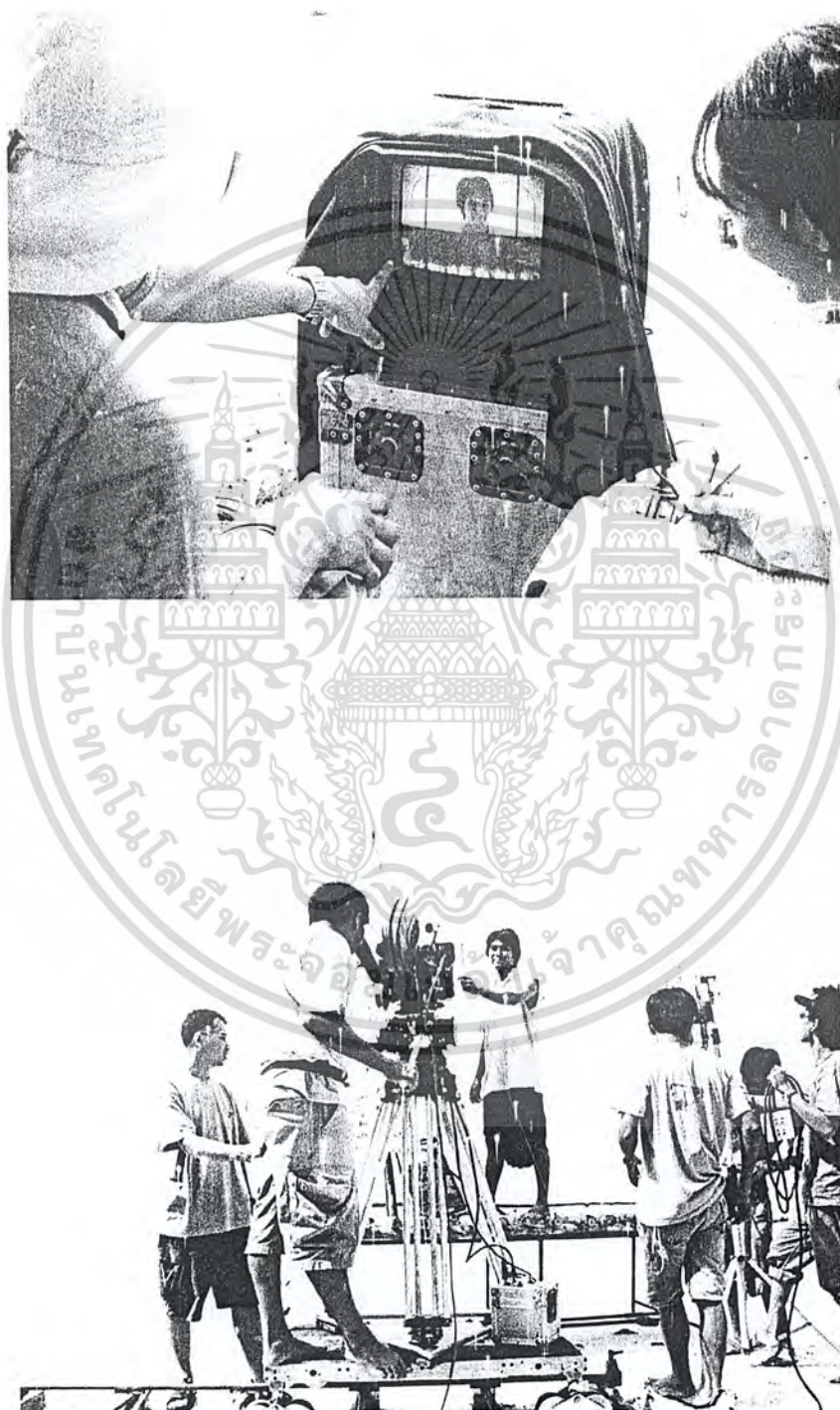
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพเบื้องหลังการถ่ายทำ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพเบื้องหลังการถ่ายทำ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 6

สรุปและข้อเสนอแนะ

ในการทำศิลปนิพนธ์ชิ้นนี้ เพื่อภาพยนตร์โฆษณาประเภทน้ำปลาหรือเครื่องปรุงรสต่าง ๆ ที่เสนอแนวคิดใหม่ ๆ โดยต้องการให้ภาพยนตร์โฆษณาประเภทเครื่องปรุงอาหารดูทันสมัย

โดยการทำภาพยนตร์โฆษณาน้ำปลาของ “ตราหอยนางรม” ความยาว 60 วินาที จำนวน 1 เรื่อง ถ่ายทำด้วยกล้องถ่ายภาพยนตร์ขนาด 35 มิลลิเมตร

โดยการทำงานเริ่มจากการหาข้อมูลการตลาด วิจัยสินค้า จากบริษัทน้ำปลาพิไซช จากนั้นก็นำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ที่เป็นกลยุทธ์การโฆษณาและการวางแผนโฆษณา และทำ Story Board Shooting Board จนมาถึง Shooting Script และขั้นตอนผลิตภาพยนตร์โฆษณา Pre – Production, Production, Post – Production ตามลำดับ

ปัญหาในการทำงาน

- ปัญหาเกี่ยวกับสถานที่ ที่มีปัญหามากในการขอใช้สถานที่ ทำให้มีการเลื่อนวันถ่ายทำหลายหน
- ปัญหาการแบ่งเวลาในการทำอุปกรณ์ประกอบฉาก ไม่รู้ว่าจะต้องทำอะไรก่อนหรือหลัง ทำงานล่าช้ามาก
- ปัญหาการแบ่งงานต่าง ๆ ให้ทีมงาน ในขั้นตอนก่อนถ่ายทำ ทำให้งานต่าง ๆ ในขั้นตอนนี้ ล่าช้าและไม่สมบูรณ์เท่าที่ควร
- ปัญหาที่เกิดในวันถ่ายทำ คือ ไม่สามารถนำแพไปลอยในทะเลได้จริง ๆ ทำให้ต้องเลื่อน Shot นี้มาไว้ตอนท้าย มีผลให้ทีมงาน กล้อง ฝ่ายศิลป์ ทำงานไม่ถูก มีการผิดพลาดในการทำงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะ

- เกี่ยวกับการหาสถานที่ จะต้องดำเนินการตั้งแต่เนิ่น ๆ ผู้ที่เป็นฝ่ายหาสถานที่ต้องมี ความรู้รอบตัวสูง ต้องคำนวณสิ่งต่าง ๆ ในวันถ่าย ต้องพุดจาสุภาพ และที่สำคัญ ต้องรู้จักเผื่อเวลาไว้บ้าง หรือ หาสถานที่อื่นเผื่อด้วย
- ในการทำอุปกรณ์ประกอบฉาก คนทำหรือผู้ทำต้องไว้ใจผู้อื่นทำบ้าง เพราะถ้าทำแต่ เพียงผู้เดียวจะไม่สามารถแบ่งเวลาไปทำอย่างอื่นได้
- ในขั้นตอนก่อนการถ่ายทำจะต้องแบ่งงานหรือกำหนดคนทำงาน เพื่อความสมบูรณ์ และความเร็วในงานภาพยนตร์
- ในการจะนำสิ่งต่าง ๆ ไปลอยในทะเล หรือทำอะไรในสิ่งที่ค่อนข้างบังคับขยอก เมื่อเกิดปัญหาผู้กำกับภาพยนตร์จะต้องเรียกประชุมด่วน เพื่อบอกถึงปัญหาแก่ทีมงาน เพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดในการทำงาน

จากการกำกับภาพยนตร์โฆษณาหน้าปลาของตราหอยนางรม ได้รับรู้ปัญหาต่าง ๆ แต่ก็ได้ ประสบการณ์การทำงานที่ไม่ที่การเรียนรู้ ได้รู้ว่าภาพยนตร์โฆษณานี้เน้นการถ่าย Pack Shot มากกว่าหน้าตัวแสดง รู้ว่าทุก ๆ Shot ที่มี Pack ผู้กำกับและตากล้องต้องให้ความสำคัญมาก ให้ Pack ออกมาสวยที่สุด ได้รู้ว่า Shooting Board สำคัญต่อการถ่ายทำ การกำหนดสิ่งต่าง ๆ รวมถึงการแบ่งเวลาการทำงานของผู้กำกับ หรือ การบริหารเวลาซึ่งสำคัญมากสำหรับภาพยนตร์ โฆษณา เพราะทุกนาทีหมายถึงเงินที่เสียไป และที่สำคัญมาก หน้าที่ Producer มีความสำคัญมาก ในระบบการผลิตภาพยนตร์โฆษณา เพราะเป็นหน้าที่ที่ควบคุมการผลิต หรือควบคุมผู้กำกับอีกที เกี่ยวกับทางด้านเวลา , ทุน แต่ไม่สามารถควบคุมทางด้านความคิดได้

บรรณานุกรม

1. คธา สุทัศน์ ณ อยุธยา. หน้าที่ที่สำคัญในภาพยนตร์โฆษณา. กรุงเทพฯ : สยามสตูดิโอ, 2540
2. ศิริวรรณ เสรีรัตน์. การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ : พัฒนาการศึกษาศึกษา, 2536
3. ศิริวรรณ เสรีรัตน์. การบริหารงานโฆษณา. กรุงเทพฯ : พัฒนาการศึกษาศึกษา, 2539
4. ศิริวรรณ เสรีรัตน์. พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับพื้นฐาน. กรุงเทพฯ : พัฒนาการศึกษาศึกษา, 2538
5. เอกสารสำเนา. บริษัทน้ำปลาพิไชย จำกัด. ชลบุรี : บริษัทน้ำปลาพิไชย จำกัด 2537
6. Steven D. Katz. Shot by Shot. Michigan : Braun – Brumfield, 1991
7. www.pichai fish sauce.com

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

- ชื่อ นายอาทิตย์ ปัดทรนนทกะ
- เกิดวันที่ 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2521
- การศึกษา
- โรงเรียนราชบพิตร
 - โรงเรียนวัดราชบพิตร
 - วิทยาลัยช่างศิลป์
 - สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- สถานที่ฝึกงาน
- บริษัท A.D. Production
 - บริษัท Siam Studio



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้