

การกำกับภาพยนตร์โฆษณาแอนิเมชัน สิ้นค้า “SUNSU”
DIRECTING IN ANIMATED ADVERTISING FILM “SUNSU”



ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาภาพยนตร์และดิจิทัล มีเดีย ภาควิชาศิลปะการแสดง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2562

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์

การกำกับภาพยนตร์โฆษณาแอนิเมชัน สินค้า “SUNSU”
DIRECTING IN ANIMATED ADVERTISING FILM “SUNSU”



ปณณธร จันทรบูลย์
PANNATORN CHANTARABOON

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาภาพยนตร์และดิจิทัล มีเดีย

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์

วันที่ 17 ก.ค. 63

(ผศ.ดร.เชมพัทธ์ พิชรวิชญ์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์

การกำกับภาพยนตร์โฆษณาแอนิเมชัน สินค้า “SUNSU”
DIRECTING IN ANIMATED ADVERTISING FILM “SUNSU”

ชื่อ

นายปณณธร จันทربولย์

รหัสประจำตัว

59020362

สาขาวิชา

ภาพยนตร์และดิจิทัล มีเดีย

ภาควิชา

นิเทศศิลป์

คณะ

สถาปัตยกรรมศาสตร์

ปีการศึกษา

2562

อาจารย์ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เขมพัทธ์ พัชรวิษญ์

บทคัดย่อ

โฆษณาแอนิเมชันศิลปนิพนธ์ชิ้นนี้ เกิดจากความถนัดและความสามารถของข้าพเจ้า ในด้านกระบวนการคิดสร้างสรรค์งาน และการวาดภาพ ที่นำมาผนวกเข้าด้วยกัน ตลอดช่วงเวลาที่ข้าพเจ้าได้ศึกษาเล่าเรียนมานั้น ได้เห็นว่า ปัจจุบันโฆษณาและแอนิเมชันนั้น มีบทบาทเป็นอย่างมากต่อสังคม จึงได้เห็นถึงความสำคัญของการทำภาพยนตร์โฆษณาชิ้นนี้ ที่จะตอบสนองความถนัดของข้าพเจ้าได้เป็นอย่างดี

ข้าพเจ้า ได้หยิบผลิตภัณฑ์สินค้า เครื่องดื่มชานมกระป๋อง ยี่ห้อ SUNSU มาสร้างเป็นผลงานภาพยนตร์โฆษณาในรูปแบบแอนิเมชัน 2 มิติ โดยข้าพเจ้า ได้วางวัตถุประสงค์เพื่อสร้างภาพลักษณ์อันดีงามให้กับแบรนด์สินค้า อีกทั้งเพื่อการสร้างสรรค์งานรูปแบบแอนิเมชันที่สามารถเล่าเรื่อง สะท้อนจุดเด่นของสินค้าได้

ทั้งนี้ ผลจากกระบวนการผลิตภาพยนตร์โฆษณาแอนิเมชัน พบว่า เป็นไปตามที่ข้าพเจ้าได้วางวัตถุประสงค์เอาไว้ อีกทั้งได้รู้จักการทำงานในด้านต่าง ๆ มากขึ้น อาทิเช่น การวิเคราะห์การตลาด เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดนี้ ทำให้ข้าพเจ้าได้ค้นพบแนวทางที่ชัดเจนของตนเองมากขึ้น และยังสามารถนำไปต่อยอด การทำงานในอนาคตได้ต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

ในการจัดทำศิลปนิพนธ์ชิ้นนี้ของข้าพเจ้านั้น สามารถสำเร็จลุล่วงได้จากการร่วมงานกับบุคคลจำนวนมาก ทั้งผู้ที่มีส่วนช่วยสนับสนุนในการเป็นที่ปรึกษาให้คำแนะนำทางด้านความคิด และผู้ช่วยการสนับสนุนให้การทำงานผลิตโฆษณาแอนิเมชันให้ออกมามีประสิทธิภาพ

ขอขอบคุณ คุณอรรรถกร รัตนารมย์ และ คุณปัทมพร ปรีชาวุฒิเดช เจ้าของ SUNSU Brand ที่ได้อนุญาตให้ข้าพเจ้าได้นำแบรนด์ มาจัดทำศิลปนิพนธ์ ทั้งยังได้รับการอนุเคราะห์การให้ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลแบรนด์ เพื่อให้สามารถนำมาต่อยอดการทำงาน จนการสนับสนุนต่าง ๆ ที่ส่งเสริมให้โฆษณาแอนิเมชันชิ้นนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี

ขอขอบคุณ ผศ.ดร. เขมพัทธ์ พชรวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษา ที่คอยชี้แนะแนวทางและให้คำปรึกษาแก่ข้าพเจ้าตลอดกระบวนการทั้งหมด ทั้งยังมองเห็นถึงปัญหา ข้อบกพร่องและหนทางในการแก้ไข ปรับปรุงเพื่อพัฒนาความสามารถและศักยภาพของข้าพเจ้าอย่างสูงสุด

ขอขอบคุณ อภิวัชร คำคง ผู้ร่วมงาน ที่ทำงานชิ้นนี้มาตั้งแต่เริ่มต้น เป็นต้นคิดในการเลือกสินค้าที่เหมาะสมกับความสามารถของข้าพเจ้า อีกทั้งยังคอยเป็นฝ่ายติดต่อกับเจ้าของแบรนด์ให้อยู่เสมอ และช่วยให้เสียงในงานโฆษณาแอนิเมชันครั้ง เป็นไปได้ด้วยดี

ขอขอบคุณ จิรัชญา รัตนสุวรรณ ผู้ช่วยการกำกับ และผู้ช่วยแอนิเมท ที่คอยช่วยเหลือข้าพเจ้า และให้คำปรึกษาที่ดี ตลอดทั้งมีส่วนช่วยในการทำงานขั้นตอนต่าง ๆ ที่ทำให้โฆษณาชิ้นนี้ออกมาตามที่ข้าพเจ้าตั้งใจไว้

ขอขอบคุณ สหรัชต์ พันธุ์พยัคฆ์, ธีรศักดิ์ สีกัน, บัญชา บุญรอดชู, ธรรม นวรัตน์, พรชชชล บุญสุวรรณรงค์สง, วรณวิไล อินศรีทอง, บวรลักษณ์ กมลเนตรสวัสดิ์, ธนพร พ่วงพัด, ณัฐธัญญา นวลแก้ว, รชต สังวาล ที่คอยเป็นแรงผลักดันช่วยให้ข้าพเจ้า ไม่ทอดถอนใจจากการทำงานชิ้นนี้ และยังคงสร้างรอยยิ้มให้ข้าพเจ้า ระหว่างการทำงานเสมอ

สุดท้ายนี้ข้าพเจ้าขอขอบคุณ ผู้มีส่วนร่วมในศิลปนิพนธ์ชิ้นนี้ทุกท่านและครอบครัว ธัญชนก จันทربولย์, มาลิสรา วณาพันธ์, ปณิตตา จันทربولย์, ประกิจ จันทربولย์ ที่เป็นส่วนสำคัญให้การทำให้ศิลปนิพนธ์ชิ้นนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ปณณธร จันทربولย์

8 กรกฎาคม 2563

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
สารบัญ.....	ค
สารบัญตาราง	จ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญ	1
วัตถุประสงค์	1
ขอบเขตของโครงการ	1
ลักษณะของโครงการ	2
แนวทางการบรรลุเป้าหมาย	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
2 การค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูล	3
ข้อมูลแบรนด์และสินค้า	3
ประวัติความเป็นมาและการก่อตั้ง	3
แนวคิดของแบรนด์	5
ข้อมูลรายละเอียด 4P	6
ข้อมูลการวิเคราะห์การตลาด	8
วัฏจักรของแบรนด์	8
วงเวียนการโฆษณา	8
ข้อมูลเชิงลึกของผู้ซื้อ	9
ข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย	9
ข้อมูลเชิงจิตวิทยา	10
จุดยืน และ คู่แข่งที่สำคัญ	10
การวิเคราะห์การตลาด	11
ข้อมูลภาพยนตร์โฆษณาที่เป็นแรงบันดาลใจ	12
3 การสร้างสรรค์ภาพยนตร์โฆษณา	15
การสร้างสรรค์ภาพยนตร์โฆษณา	15

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหา	15
ข้อมูลแบรนต์	15
ข้อมูลเชิงจิตวิทยาของผู้ซื้อ	15
เป้าหมายของโฆษณา	15
ที่มาของไอเดีย	15
ไอเดียหลัก	16
แนวคิด	16
รูปแบบการนำเสนอ	16
บทบาทยนตร์โฆษณา	17
วิธีการนำเสนอด้วยบอร์ดภาพ	19
บอร์ดภาพที่ปรับเปลี่ยนถูกต้องตามบทบาทยนตร์โฆษณา	22
4 การสร้างสรรค์โฆษณาแอนิเมชัน	33
ขั้นตอนการวางแผนก่อนผลิต	33
การออกแบบตัวละคร	33
การออกแบบศิลป์	40
การอ้างอิงการออกแบบ	41
ตารางการทำงาน	52
การผลิต (Production)	53
ขั้นตอนการเก็บการแอนิเมท	54
ขั้นตอนการลงสี	55
ขั้นตอนหลังการผลิต (Postproduction)	56
การลำดับภาพแบบสมบูรณ์	58
5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	61
บทสรุป	61
อุปสรรคระหว่างการทำงาน	61
ข้อเสนอแนะ	62
ข้อเสนอแนะขั้นตอนการสร้างสรรค์และเขียนบทโฆษณา	62
ข้อเสนอแนะขั้นตอนการผลิต	62
ข้อเสนอแนะอื่น ๆ	62
บรรณานุกรม.....	63
ประวัติ	64

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	แสดงการวิเคราะห์การตลาด SWOT	11
3.1	แสดงบอร์ดภาพเรื่อง “สุข สุข สุข” หน้าที่ 1	22
3.2	แสดงบอร์ดภาพเรื่อง “สุข สุข สุข” หน้าที่ 2	23
3.3	แสดงบอร์ดภาพเรื่อง “สุข สุข สุข” หน้าที่ 3	24
3.4	แสดงบอร์ดภาพเรื่อง “สุข สุข สุข” หน้าที่ 4	25
3.5	แสดงบอร์ดภาพเรื่อง “สุขที่ได้ให้” หน้าที่ 1	26
3.6	แสดงบอร์ดภาพเรื่อง “สุขที่ได้ให้” หน้าที่ 2	27
3.7	แสดงบอร์ดภาพเรื่อง “สุขที่ได้ให้” หน้าที่ 3	28
3.8	แสดงบอร์ดภาพเรื่อง “สุขที่ได้ให้” หน้าที่ 4	29
3.9	แสดงบอร์ดภาพเรื่อง “สุขหาซื้อได้” หน้าที่ 1	30
3.10	แสดงบอร์ดภาพเรื่อง “สุขหาซื้อได้” หน้าที่ 2	31
3.11	แสดงบอร์ดภาพเรื่อง “สุขหาซื้อได้” หน้าที่ 3	32
4.1	แสดงการตัดทอนรูปแบบของอาหาร หน้าที่ 1	45
4.2	แสดงการตัดทอนรูปแบบของอาหาร หน้าที่ 2	46
4.3	แสดงการตัดทอนรูปแบบของอาหาร หน้าที่ 3	47
4.4	แสดงการตัดทอนรูปแบบของสิ่งของ หน้าที่ 1	48
4.5	5 แสดงการตัดทอนรูปแบบของสิ่งของ หน้าที่ 2	49
4.6	แสดงการตัดทอนรูปแบบสิ่งของและสถานที่ หน้าที่ 1	50
4.7	แสดงการตัดทอนรูปแบบสิ่งของและสถานที่ หน้าที่ 2	51
4.8	แสดงการวางแผนการทำงานในขั้นตอนการผลิต	52

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า	
2.1	ตราสินค้า SUNSU	3
2.2	แสดงภาพอันดับYoutuberที่มีชื่อเสียงในประเทศไทย	4
2.3	แสดงภาพอันดับ Youtube Channel ที่มีชื่อเสียงในประเทศไทย	4
2.4	แสดงภาพ Bear house Siam Square	5
2.5	แสดงภาพสินค้า SUNSU	6
2.6	แสดงภาพราคาสินค้า SUNSU	7
2.7	แสดงกราฟ Product Life Cycle	8
2.8	แผนภูมิแสดง The Advertising Spiral	9
2.9	กราฟแสดงจุดยืนของแบรนด์	10
2.10	แสดงภาพในแอนิเมชันเรื่อง “Howl's moving castle ”	12
2.11	แสดงภาพในแอนิเมชันเรื่อง “In a Heartbeat”	13
2.12	แสดงภาพในแอนิเมชันเรื่อง “LOVE YOU(좋아해 너를)”	13
2.13	แสดงภาพในแอนิเมชันเรื่อง “kittykat96”	14
3.1	แสดงบอร์ดภาพเก่า เรื่อง สุข สุข สุข	19
3.2	แสดงบอร์ดภาพเก่า เรื่อง สุขที่ได้ให้ รูปที่1	20
3.3	แสดงบอร์ดภาพเก่า เรื่อง สุขที่ได้ให้ รูปที่2	20
3.4	แสดงบอร์ดภาพเก่า เรื่อง สุขหาซื้อได้	21
4.1	แสดงการออกแบบตัวละครทั้งสามเรื่อง	33
4.2	แสดงภาพตัวละครอ้างอิงของตัวละครคูกี้	34
4.3	แสดงภาพการออกแบบตัวละครแบบร่างของตัวละครคูกี้	35
4.4	แสดงภาพการออกแบบตัวละครสมบูรณ์ของตัวละครคูกี้	35
4.5	แสดงภาพตัวละครอ้างอิงของตัวละครพิม	36
4.6	แสดงภาพการออกแบบตัวละครแบบร่างของตัวละครพิม	37
4.7	แสดงภาพการออกแบบตัวละครแบบสมบูรณ์ของตัวละครพิม	37
4.8	แสดงภาพตัวละครอ้างอิงของตัวละครไอช	38
4.9	แสดงภาพการออกแบบตัวละครแบบร่างของไอช	39
4.10	แสดงภาพการออกแบบตัวละครแบบสมบูรณ์ของไอช	39
4.11	แสดงภาพการกำหนดโทนสี	40

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.12	แสดงการอ้างอิงของการออกแบบ	41
4.13	แสดงภาพ การออกแบบศิลป์เก่าเรื่อง สุก สุก สุข รูปที่ 1	42
4.14	แสดงภาพ การออกแบบศิลป์เก่าเรื่อง สุก สุก สุข รูปที่ 2	42
4.15	แสดงภาพ การออกแบบศิลป์เก่าเรื่อง สุขที่ได้ให้ รูปที่ 1	43
4.16	แสดงภาพ การออกแบบศิลป์เก่าเรื่อง สุขที่ได้ให้ รูปที่ 2	43
4.17	แสดงภาพ การออกแบบศิลป์เก่าเรื่อง สุขหาซื้อได้	44
4.18	แสดงภาพกระบวนการแอนิเมทในโปรแกรม Rough Animator เรื่องสุกสุขสุข	53
4.19	แสดงภาพกระบวนการแอนิเมทในโปรแกรม Rough Animator เรื่องสุขที่ได้ให้	53
4.20	แสดงภาพกระบวนการแอนิเมทในโปรแกรม Rough Animator เรื่องสุขหาซื้อได้	54
4.21	แสดงภาพการเก็บการแอนิเมท	54
4.22	แสดงภาพการลงสี เรื่อง สุกสุขสุข	55
4.23	แสดงภาพการลงสี เรื่อง สุขหาซื้อได้	55
4.24	แสดงภาพการลงสี เรื่อง สุขที่ได้ให้	55
4.25	แสดงภาพการตัดต่อด้วยโปรแกรม Adobe Premiere Pro เรื่อง สุกสุขสุข	56
4.26	แสดงภาพการตัดต่อด้วยโปรแกรม Adobe Premiere Pro เรื่อง สุขที่ได้ให้	56
4.27	แสดงภาพการตัดต่อด้วยโปรแกรม Adobe After Effects เรื่อง สุขหาซื้อได้	57
4.28	แสดงภาพการตัดต่อด้วยโปรแกรม Adobe Premiere Pro เรื่อง สุขหาซื้อได้	57
4.29	แสดงภาพการลำดับภาพแบบสมบูรณ์เรื่องที่ 1	58
4.30	แสดงภาพการลำดับภาพแบบสมบูรณ์เรื่องที่ 2	59
4.31	แสดงภาพการลำดับภาพแบบสมบูรณ์เรื่องที่ 3	60

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ

โฆษณาแอนิเมชันศิลปะขั้นสูงนี้ เกิดจากความถนัดและความสามารถของข้าพเจ้า ในด้านกระบวนการคิดสร้างสรรค์งาน และการวาดภาพ ที่นำมาผนวกเข้าด้วยกัน ตลอดเวลาที่ข้าพเจ้าได้ศึกษาเล่าเรียนมานั้น ได้เห็นว่า ปัจจุบันโฆษณาและแอนิเมชันนั้น มีบทบาทเป็นอย่างมากต่อสังคม จึงได้เห็นถึงความสำคัญของการทำภาพยนตร์โฆษณาขั้นสูงนี้ ที่จะตอบสนองความถนัดของข้าพเจ้าได้เป็นอย่างดี

ภาพยนตร์โฆษณากำลังมีบทบาทสำคัญ และเป็นที่ยอมรับของคนในสังคมไทยและสากลโลก ภาพยนตร์โฆษณากำลังถูกพูดถึงและถูกจับตามองโดยวงการสื่อสารมวลชนและผู้เสพสื่อจำนวนมาก ข้าพเจ้าได้เห็นถึงโอกาสของการศึกษาค้นคว้าความรู้ด้านการตลาดของภาพยนตร์โฆษณาโฆษณาขั้นสูงนี้ จะทำให้ข้าพเจ้านั้น ได้ฝึกฝน ทั้งกระบวนการคิด และการออกแบบไปพร้อมกัน และยังได้รู้จักวิธีการวิเคราะห์สินค้า การเลือกแบรนด์สินค้าที่น่าสนใจ อีกทั้งยังได้เรียนรู้เกี่ยวกับขั้นตอนการทำโฆษณาอย่างถ่องแท้

ในโฆษณาแอนิเมชันศิลปะขั้นสูงนี้ ข้าพเจ้ามีความต้องการผลิตโฆษณาแอนิเมชันในรูปแบบชุด (Campaign) ที่มีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creative) การเขียนบทโฆษณา (Copy Writer) การศึกษาด้านการตลาด (Marketing) ออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลสรุปของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะสามารถก่อประโยชน์สูงสุดแก่ข้าพเจ้าและผู้อื่นได้แก่ ก่อให้เกิดความเข้าใจ ได้ฝึกฝนและเกิดทักษะในการสร้างสรรค์ภาพยนตร์โฆษณา รวมถึงทักษะในด้านการตลาด และการสร้างภาพยนตร์แอนิเมชัน ซึ่งจะช่วยให้สร้างภาพลักษณ์อันดีงามให้กับแบรนด์สินค้า และช่วยให้สินค้า เป็นที่เข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้นอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อสร้างภาพลักษณ์อันดีให้กับ SUNSU เป็นที่จดจำ
2. เพื่อสร้างสรรค์งานรูปแบบแอนิเมชันที่สามารถเล่าเรื่อง สะท้อนจุดเด่นของสินค้า

ขอบเขตโครงการ

ภาพยนตร์โฆษณา SUNSU ความยาว 30 วินาที เป็นจำนวน 3 เรื่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะของโครงการ

ภาพยนตร์โฆษณา สินค้า SUNSU รูปแบบแอนิเมชัน 2 มิติ Frame by frame ในอัตราส่วน 16:9 และ 1:1 ความละเอียด 1080p

แนวทางการบรรลุเป้าหมาย

1. PRE-PRODUCTION

- 1.1 หาผลิตภัณฑ์สินค้าที่น่าสนใจ
- 1.2 รวบรวมข้อมูลวิเคราะห์การตลาดของสินค้า
- 1.3 กระบวนการคิดสร้างสรรค์ (IDEA) รูปแบบ (Concept)
- 1.4 ค้นหาตัวอย่าง หรือแรงบันดาลใจ ของ Concept Art, Mood and tone, Execution และการออกแบบงานทั้งหมด ให้ใกล้เคียงกับบทโฆษณา
- 1.5 กำหนด Mood and tone และขอบเขตของ Concept Art
- 1.6 ออกแบบตัวละคร และฉาก ให้เหมาะสมกับโฆษณา
- 1.7 เขียน Storyboard เพื่อวางแผนการทำงานในขั้นต่อไป
- 1.8 เขียน Animatic

2. PRODUCTION

- 2.1 แอนิเมทแบบหยาบ เพื่อเป็นต้นทางในการมองเห็นภาพรวมของงาน
- 2.2 เก็บรายละเอียดการวาด
- 2.3 ตัดเส้นและลงสี
- 2.4 แต่งแสง และเงา ให้งานดูมีมิติมากขึ้น

3. POST-PRODUCTION

- 3.1 และเรียงตามลำดับเหตุการณ์
- 3.2 เก็บรายละเอียดชิ้นงาน
- 3.3 ตรวจสอบการลำดับภาพ
- 3.4 ปรับแต่งสี และแสง
- 3.5 ปรับแต่งเสียง ใส่คำบรรยาย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถนำเสนอภาพลักษณ์อันดีให้กับ SUNSU เป็นที่จดจำ
2. สามารถเล่าเรื่องด้วยเทคนิคแอนิเมชันที่สามารถสะท้อนจุดเด่นของสินค้า SUNSU ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

การค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูล

ในกระบวนการผลิตภาพยนตร์โฆษณาจะต้องมีการค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูลของแบรนด์ และ สินค้า (Information) การวิเคราะห์หลักการโฆษณาและข้อมูลทางการตลาด (Marketing) ด้วยวิธีการศึกษาจากสื่อประชาสัมพันธ์ของ SUNSU Brand และการสัมภาษณ์จากเจ้าของธุรกิจโดยตรง นำมาวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล เพื่อใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ในการสร้างสรรค์(Creative Strategy) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะใช้ในการเขียนบทภาพยนตร์โฆษณา (Copy Writing) และกำหนดแนวทางก่อนการผลิตต่อไป โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

1. ข้อมูลแบรนด์และสินค้า (Information)
2. ข้อมูลวิเคราะห์การตลาด (Marketing Analyzing)
3. ข้อมูลภาพยนตร์โฆษณาที่เป็นแรงบันดาลใจ (Reference)

ข้อมูลแบรนด์และสินค้า

ข้อมูลทั้งหมดมีที่มาจากการค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูลจากสื่อประชาสัมพันธ์ และการสัมภาษณ์จากเจ้าของแบรนด์ คุณนิชนันท์ รัตนารมย์ (สัมภาษณ์วันที่ 6 กันยายน 2562)

1. ประวัติความเป็นมาและการก่อตั้ง (History)



ภาพที่ 2.1 ตราสินค้า SUNSU (facebook.com/sunsuofficial//2562)

SUNSU เป็นสินค้าที่ถูกต่อยอดมาจาก Bear house Brand ซึ่งเจ้าของแบรนด์นั้น เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงในปัจจุบันเป็นอย่างมากในโลกออนไลน์ เป็นที่รู้จักกันในชื่อ BEARHUG Channel ได้ทำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อเสียงโด่งดังจากการได้ชิมร้านอาหารชื่อดังหลากหลายร้าน และทางเจ้าของแบรนด์ที่ต้องการจะเปิดแบรนด์สินค้าเกี่ยวกับ Desert and milk tea เป็นของตัวเอง จึงเกิดเป็น Bear House ขึ้นมา



9. KNN 2,896,332 subscribers

คือผู้ที่ทำคลิปวิดีโอแบบมันเทิง ความฮาและมีสาระขบคิด แต่สาระมักมาท้ายคลิป เพราะฉะนั้นช่วงต้นคลิปมักจะไม่ค่อยมีสาระ แต่นั่นคือจุดเด่นของชนแลนี้



10. sunbeary 2,649,661 subscribers

เป็นแบลนด์มันเทิงสำหรับเด็ก และ วัยรุ่น ที่ชานมาพร้อมกับการเล่นกับเพื่อนๆ ความฮาของออร์รอยๆ หวาน และคาว และหลงไหล การท่องเที่ยวต่างแดน พาเที่ยวต่างแดนแบบไม่มีแผน

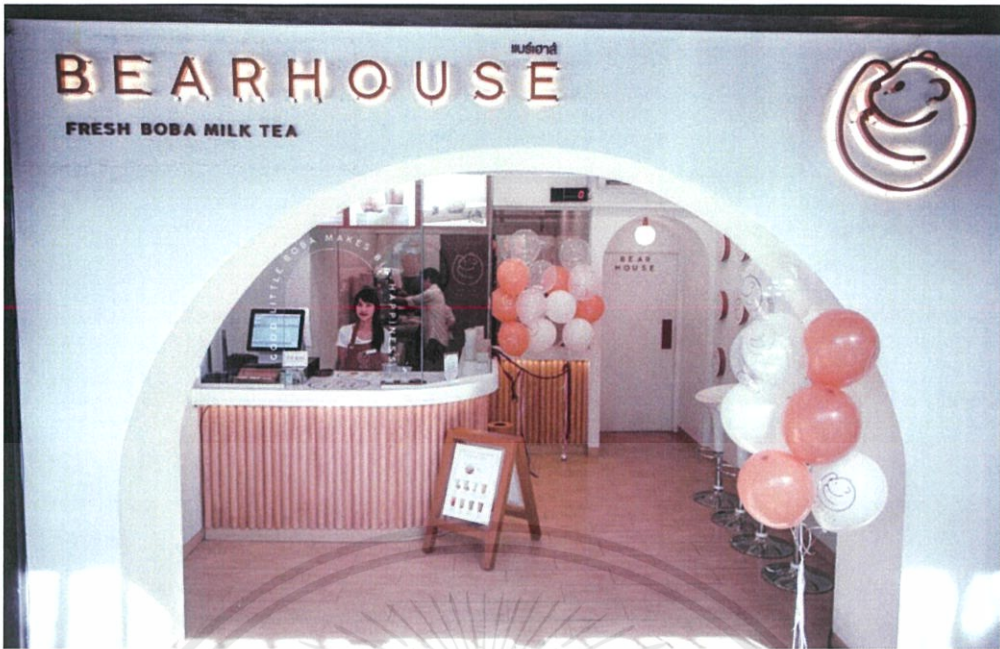
ภาพที่ 2.2 แสดงภาพอันดับYoutuberที่มีชื่อเสียงในประเทศไทย (starngage.com/2562)



ภาพที่ 2.3 แสดงภาพอันดับ Youtube Channel ที่มีชื่อเสียงในประเทศไทย (Screen shot/2562)

หลังจากนั้นไม่ได้ Bear House Brand ได้กลายเป็นชานมไข่มุกที่ทุกคนต่างต้องการ แต่ด้วยทาง Bear House นั้น มีเพียงสาขาเดียวเท่านั้น ซึ่งอยู่ตรงบริเวณสยามสแควร์วัน (414/17 floor, 1 Henri Dunant Rd, เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร) ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ เข้าถึงแบรนด์ได้ยาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.4 Bear house Siam Square (facebook.com/sunsuofficial//2562)

เนื่องด้วยเจ้าของแบรนด์ คุณอรุณกร รัตนารมย์ และ คุณปัทมพร ปรีชาวุฒิเดช ต้องการให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าได้ทุกคน ผนวกกับการตอบรับที่ดีจาก Bear House Brand นั้น จึงเกิดเป็น Project สินค้าตัวใหม่ขึ้นมา จากการร่วมมือกันของหลายฝ่าย ที่พัฒนา และต่อยอดออกมาเป็นขานมกระป๋อง SUNSU และจัดการวางขายใน Seven eleven เพื่อต้องการให้ผู้บริโภคทุกคน ได้รับรสชาติและความสุขจากเจ้าของแบรนด์อย่างทั่วถึง

2. แนวคิดของแบรนด์ (Brand Concept)

SUNSU เกิดจากความคิดเบื้องต้นที่ว่า อยากให้ของกินอร่อย ๆ สามารถหากินได้ที่ทุกเวลา ทางเจ้าของแบรนด์จึงนำไปปรึกษากับผู้ช่วย จึงเกิดเป็นโครงการ(Project) นี้ขึ้นมา และเลือกวางขายที่ Seven eleven เนื่องจากเป็นสถานที่ที่มีอยู่ทั่วไป หาซื้อง่าย และสามารถซื้อได้ตลอดช่วงเวลา

ทางแบรนด์จึงให้แนวคิด (Concept) กับ SUNSU Brand ไว้ว่า “สุขที่อยู่รอบตัว” จึงได้เริ่มทำวิดีโอเพลง (Music Video) เพลง ละออง ออกมา เป็นรูปแบบเพลงที่จะพูดถึงเรื่องของ การออกไปใช้ชีวิต ความสุขที่หาได้จากรอบตัว โดยได้ทาง Bemimor official มาร่วมทำเพลงให้กับทางแบรนด์ และยังได้ตั้งแนวคิด(Idea) กับ SUNSU ไว้ว่า “everyday is Sun’s day” ที่ต้องการให้ผู้บริโภค ได้รับความสุขไปพร้อม ๆ กับความอร่อยจากทาง SUNSU Brand

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ข้อมูลรายละเอียด 4P

3.1 สินค้า (Product) SUNSU เป็นชาวมพร้อมดื่มในรูปแบบกระป๋อง ที่ถูกออกแบบมาในลักษณะของการตัดทอนรูปลักษณให้ดูง่าย ให้เหลือเพียงความสำคัญ (Minimal) จึงทำให้สินค้า เป็นที่จดจำได้ง่าย ด้วยสีที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวม และความโดดเด่นจากการออกแบบ ทำให้ SUNSU แตกต่างจากรูปแบบชาวมทั่ว ๆ ไป

SUNSU เป็นชาวมที่มีด้วยกันถึงสองรสชาติ คือ

3.1.1 CLASSIC MILK TEA รสชาติกลมกล่อมทานง่าย ไม่หวานมาก และมีกลิ่นหอมของชาอย่างชัดเจน เหมาะสำหรับคนที่ชอบทานชาวมทั่วไป ที่ชอบกลิ่นชาวม

3.1.2 BROWN SUGAR MILK เป็นรสชาติที่เหมาะกับคนชอบทานหวานขึ้นมา มีกลิ่นหอมของน้ำตาลทรายแดง และได้รับความสดชื่นจากน้ำตาล

ดังนั้นทำให้สินค้าเป็นที่เข้าถึงได้หลากหลายกลุ่ม ทั้งคนที่ชอบรับประทานรสชาติดหวาน และคนที่ไม่รับประทานหวานได้ ทั้งนี้ ด้วยสินค้าที่มีลักษณะการออกแบบที่สวยงาม รวมถึงรสชาติที่ดีนั้น ทำให้ SUNSU กลายเป็นที่หน้าจบบตามองในโลกออนไลน์เป็นอย่างมาก



ภาพที่ 2.5 สินค้า SUNSU (facebook.com/sunsuofficial/2562)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 ราคา (Price) SUNSU เป็นสินค้าที่มีราคาค่อนข้างสูง หากเทียบกับแบรนด์หรือชานมทั่ว ๆ ไป แต่หากเป็นราคาที่เหมาะสมตามคุณภาพของสินค้าที่อยู่ในราคา 35 บาท ทั้งสองรสชาตินี้ เนื่องจาก SUNSU บรรจุอยู่ในรูปแบบกระป๋อง จึงสามารถเก็บรักษา และพกพาไปในที่ต่าง ๆ ได้ง่าย และสะดวก



ภาพที่ 2.6 แสดงภาพราคาสินค้า SUNSU (facebook.com/sunsuofficial//2562)

3.3 ช่องทางจำหน่าย (Place) SUNSU มีช่องทางการจำหน่ายหลักอยู่ที่ เซเว่น-อีเลฟเว่น (7-eleven shop) และจำหน่ายทาง ร้าน Bear house ทุกสาขา ซึ่งสามารถหาซื้อสินค้าได้ง่าย และตลอดเวลา

3.4 ส่วนส่งเสริม (Promotion) จากการที่สินค้า SUNSU เป็นแบรนด์ที่โด่งดังขึ้นมาจาก ผู้ที่มีอิทธิพลในโลกออนไลน์ (Influencer) จึงทำให้ ทั้งกลุ่ม ช่องยูทูป (Youtuber) และ ผู้เขียนบทความออนไลน์ (Blogger) นำไปวิจารณ์ (review) ลงตามช่องทางต่าง ๆ ของตัวเอง จึงได้รับการส่งเสริม (Promote) เป็นอย่างดี

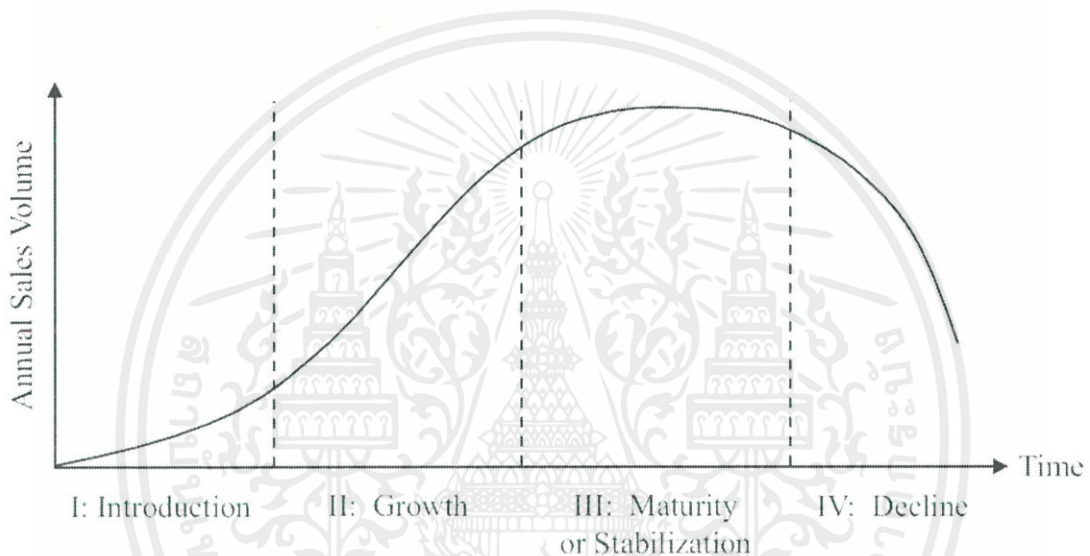
และยังมีช่องทางการส่งเสริมหลักเป็น Facebook page ของ SUNSU เองอีกด้วย ทั้งนี้ ทางแบรนด์ ได้สร้าง มิวสิกวิดีโอ (Music video) ขึ้นมาหนึ่งตัว เพื่อเป็นการโปรโมทสินค้า ในชื่อเพลงว่า “ละออง feat. Bearhug - BEMINOR [Official MV]”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูลการวิเคราะห์การตลาด

1. **วัฏจักรของแบรนด์ (Product Life Cycle)** วัฏจักรของแบรนด์ หมายถึง การเติบโตของยอดขายผลิตภัณฑ์ในช่วงเวลาหนึ่งในลักษณะเป็นวงจรวัฏจักร ได้แก่ ช่วงเปิดตัว (Introduction), ช่วงเจริญเติบโต (Growth), ช่วงอิมมัตู (Maturity), และช่วงตกต่ำ (Decline)

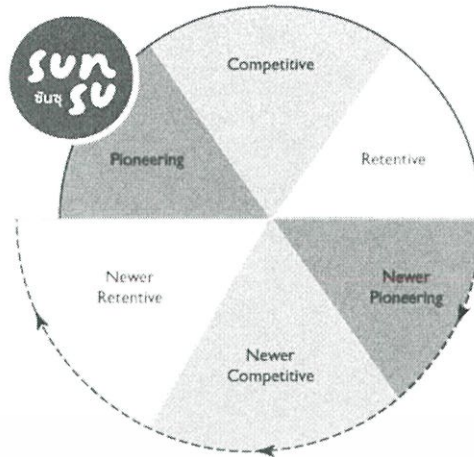
เมื่อทำการวิเคราะห์ SUNSU สินค้าที่เพิ่งทำการเปิดตัวได้ไม่นาน จึงอยู่ในช่วงของ Introduction หรือการเปิดตัวของสินค้า และกำลังจะเติบโตขึ้น



ภาพที่ 2.7 แสดงกราฟ Product Life Cycle

2. **วงเวียนการโฆษณา (The Advertising Spiral)** วงเวียนการโฆษณา หมายถึง ช่วงการโฆษณาของผลิตภัณฑ์ในช่วงเวลาหนึ่งที่มีลักษณะเป็นวงเวียน ได้แก่ ช่วงบุกเบิก (Pioneering), ช่วงแข่งขัน (Competitive), ช่วงคงระดับ (Retentive)

เมื่อทำการวิเคราะห์ SUNSU อยู่ในช่วงของการเปิดตัวสินค้า ที่กำลังจะไปถึงขั้นบุกเบิกที่กำลังเติบโต สอดคล้องกับ การตลาดที่ต้องทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จักให้ได้มากที่สุด ทำให้มีความสำคัญในการผลิตภาพยนตร์ โฆษณาเพื่อสร้างการรับรู้ (Awareness) ให้ SUNSU เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น



ภาพที่ 2.8 แผนภูมิแสดง The Advertising Spiral

3. ข้อมูลเชิงลึกของผู้ซื้อ

3.1 ข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย (Target) จากการวิเคราะห์ สินค้า SUNSU จะเห็นได้ว่า ชานมในปัจจุบัน เป็นที่ชื่นชอบของคนส่วนมาก จึงกลายเป็นที่นิยมของหลายคนทั้งหญิงและชาย และหลากหลายช่วงอายุ แต่ทางแบรนด์ SUNSU นั้น จะเน้นเจาะกลุ่มเป้าหมายไปทาง วัยรุ่น (Teenage) เสียมากกว่า และเนื่องจากเจ้าของแบรนด์ SUNSU เป็นผู้มีอิทธิพลในโลกออนไลน์ (Influencer) จึงแบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็นสองประเภท คือ

3.1.1 กลุ่มผู้ชื่นชอบชานม

3.1.2 กลุ่มฐานแฟนคลับ

ลักษณะทางกายภาพ

- กลุ่มเป้าหมาย ผู้หญิง มีมากกว่าผู้ชายถึง 15-20%
- ช่วงอายุที่พบมากจะอยู่ในช่วง 17-20 ปี
- ประกอบอาชีพ นักศึกษา/นักเรียน มัธยมปลาย

ลักษณะทางจิตภาพ

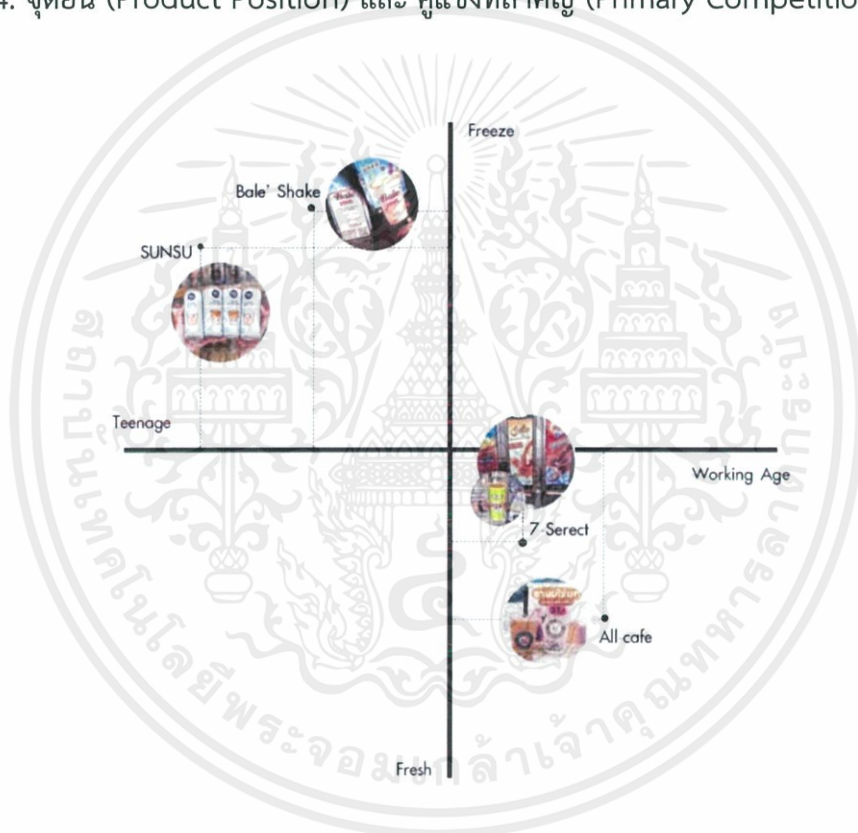
- ชอบติดตามศิลปิน/ไอดอล
- ตามกระแส (Trend Addict)
- ชื่นชอบความเป็น ญี่ปุ่น และเกาหลี
- ชอบการวิจารณ์ (Review)
- ใช้ชีวิตกับโลกออนไลน์ เป็นส่วนใหญ่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 ข้อมูลเชิงจิตวิทยา (Insight) จากการหาข้อมูล (Research) พบว่า ความเป็นไทยในปัจจุบัน ถูกทอดทิ้งลงไป และถูกแทนที่ด้วย ความเป็นเกาหลี และญี่ปุ่น ซึ่งจะพบได้ทั่วไป ตามกลุ่มวัยรุ่น ช่วงมัธยมปลาย จะสังเกตได้ว่า สินค้า หรือแบรนด์ต่าง ๆ ที่ใส่ความเป็นเกาหลี หรือญี่ปุ่นลงไปนั้น จะได้รับความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้นเสมอ

ทั้งนี้ การเล่นกับ “ความเป็นเกาหลีหรือญี่ปุ่น” นั้น ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สินค้าและโฆษณาต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากมีผลมาจากจิตวิทยาที่ผู้บริโภคกลุ่มนี้ต้องการ เพื่อให้เข้าถึงสินค้าและสร้างจุดสนใจ เพื่อเป็นการบอกต่อหรืออวดอ้างรสนิยมของตนจากสินค้าที่ใช้

4. จุดยืน (Product Position) และ คู่แข่งที่สำคัญ (Primary Competition)



ภาพที่ 2.9 กราฟแสดงจุดยืนของแบรนด์

คู่แข่งสำคัญของสินค้าSUNSU ได้แก่ ขานมแบรนด์ต่าง ๆ ที่มีขายตาม 7-eleven จากกราฟดังกล่าว สรุปผลได้ว่า SUNSU มีคู่แข่งด้านความสดใหม่ (Fresh) คือ All-café และ 7-Select และมีคู่แข่งด้านกลุ่มลูกค้าวัยรุ่น (Teenage) เป็น Bale' Shake โดย SUNSU เป็นแบรนด์ที่ดึงดูดกลุ่มลูกค้าวัยรุ่น ข้าพเจ้าจึงมีความต้องการจะนำเสนอความเป็นวัยรุ่นให้โดดเด่นกว่า Bale' Shake

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการทำงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.การวิเคราะห์การตลาด SWOT

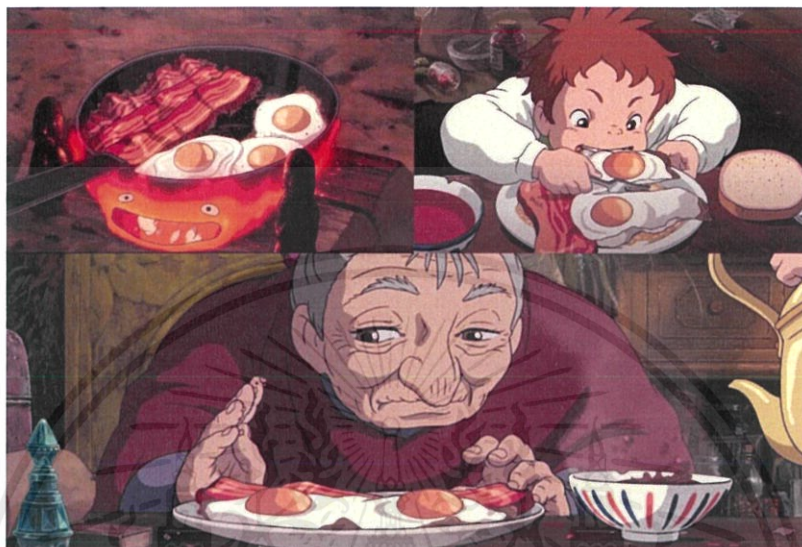
Strengths	Weaknesses
<ol style="list-style-type: none"> 1. พกพาสะดวก 2. รสไม่หวาน ทานง่าย 3. Design สวยงาม เข้าถึงได้ง่าย 4. กลิ่นหอมเป็นเอกลักษณ์ชัดเจน 5. หาซื้อง่าย ซื้อได้ทุกเวลา 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นขานมสำเร็จ 2. ราคาเทียบเท่ากับขานมขงตามร้านต่าง ๆ 3. หากไม่แช่เย็นความอร่อยจะลดลง
Opportunities	Threats
<ol style="list-style-type: none"> 1. การดื่มขานมกลายเป็นชีวิตประจำวันของคนในปัจจุบัน 2. เจ้าของแบรนด์มีชื่อเสียง และเป็นที่รู้จัก 3. ทุกคนให้ความสนใจเพราะเป็นสินค้าจากคนมีชื่อเสียง 4. มีขายใน7-Eleven 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นสินค้าตามกระแส 2. ใช้งบประมาณในการผลิตสูง

ตารางที่ 2.1 แสดงการวิเคราะห์การตลาด SWOT

จากการวิเคราะห์การตลาด (SWOT) ดังกล่าว สรุปผลได้ว่า SUNSU มีจุดแข็งที่สำคัญคือ การออกแบบที่สวยงาม รสชาติดี และพกพาสะดวก ทำให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง, จุดอ่อนที่สำคัญ คือ ราคาที่สูง และเป็นขานมปรุงแต่งสำเร็จรูป, โอกาสที่สำคัญ คือ มีขายที่ 7-eleven อีกทั้งยังเป็นแบรนด์ที่เติบโตจากผู้มีชื่อเสียงบนโลกออนไลน์ และปัญหาที่สำคัญ คือ เป็นสินค้าติดกระแส และยังใช้งบประมาณในการผลิตที่สูง

ข้อมูลภาพยนตร์โฆษณาที่เป็นแรงบันดาลใจ (Reference)

1.ภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่อง “ Howl's moving castle ” (2004)



ภาพที่ 2.10 แสดงภาพในแอนิเมชันเรื่อง “ Howl's moving castle ” (youtube.com,2018)

ภาพยนตร์แอนิเมชันชิ้นนี้ เป็นแรงบันดาลใจให้ข้าพเจ้าด้านการสร้างสรรค์ (Creative) ที่นำเรื่องของอาหารไปต่อยอดแนวคิดที่ข้าพเจ้าได้ตั้งต้นเอาไว้ในตอนแรก เกี่ยวกับฉากของการทำอาหารในเรื่องนี้ โดยเกิดการถกเถียงกันระหว่างตัวของข้าพเจ้า และเพื่อนของข้าพเจ้าในเรื่องของไข่ดาวที่สุกและไข่ดาวที่ไม่สุก

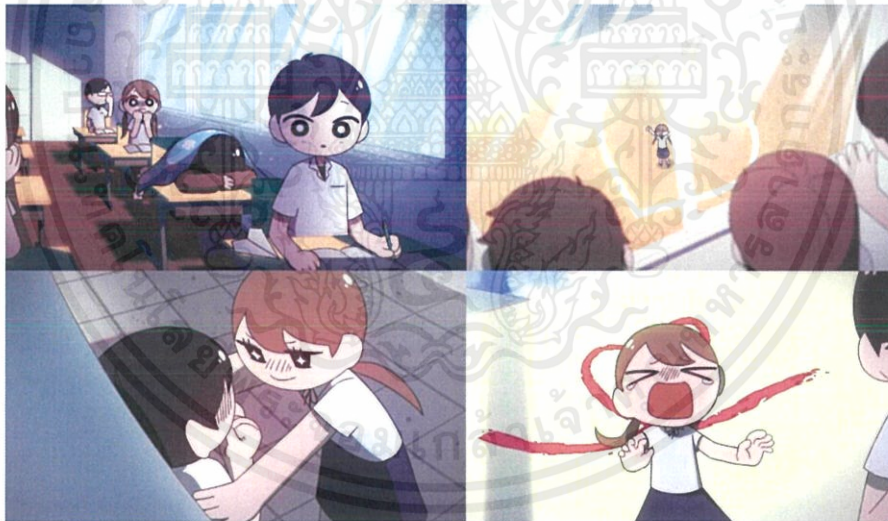
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.แอนิเมชันสั้น เรื่อง “In a Heartbeat” (2017)



ภาพที่ 2.11 แสดงภาพในแอนิเมชันเรื่อง “In a Heartbeat” (youtube.com,2017)

3.แอนิเมชันสั้น เรื่อง “LOVE YOU(좋아해 너를)” (2019)



ภาพที่ 2.12 แสดงภาพในแอนิเมชันเรื่อง “LOVE YOU(좋아해 너를)” (youtube.com,2019)

แอนิเมชันทั้งสองเรื่องจากภาพข้างต้น เป็นแรงบันดาลใจให้ข้าพเจ้าได้แรงบันดาลใจในการเขียนบท (Copy Writing) เกี่ยวกับเรื่องของความรัก โดยการนำเสนอมุมมองความรักของคนแอบชอบที่ต้องการบอกรัก ด้วยรูปแบบต่าง ๆ อีกทั้งจังหวะของการแอนิเมท (Animate) ที่เข้ามาเป็นส่วนเสริมให้การเขียนบทมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.แอนิเมชันสั้น เรื่อง “kittykat96” (2016)



ภาพที่ 2.13 แสดงภาพในแอนิเมชันเรื่อง “kittykat96” (<http://animatedshortfilms.net/> 2016)

แอนิเมชันเรื่องนี้ เป็นแรงบันดาลใจในด้านการออกแบบ (Design) ของข้าพเจ้า ที่นำโลกออนไลน์ มาเกี่ยวข้องกับชีวิตจริง โดยการจัดองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ได้หยิบแพทฟอร์มของสื่อสังคม (Social Media) มาใช้ ทำให้ข้าพเจ้าสามารถต่อยอดได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

การสร้างสรรค์บทบาทยนตร์โฆษณา

การสร้างสรรค์ภาพยนตร์โฆษณา (Creative Strategy Brief)

1. ปัญหา (Primary Problem)

เนื่องจากปัจจุบัน ขานม กลายเป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศไทย เพราะได้รับอิทธิพลการนำเข้าจากไต้หวันมานั้น ทำให้ผู้บริโภคต้องการที่จะหาขานมที่สามารถดื่มได้ตลอดเวลา แต่หากกระนั้น ก็ยากที่จะหาขานมที่รสชาติอร่อย และขายตลอดเวลาได้ยาก อีกทั้งผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้จักแบรนด์ขานมที่เป็นรูปแบบพร้อมทานเพียงน้อยนิด ทำให้ไม่สามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคได้อย่างเต็มที่

2. ข้อมูลแบรนด์ (Brand Information)

SUNSU เป็นแบรนด์ที่ต้องการให้ผู้บริโภคทุกคน สามารถหาขานมอร่อยๆที่สามารถ หาทานได้ตลอดเวลา อีกทั้งแบรนด์ยังต้องการส่งเสริม เรื่องของ “การหาความสุข” ตามแนวคิด (Concept) ของแบรนด์ที่ว่า “สุขอยู่รอบตัวเรา” หรือ “Everyday is Sun's day” จึงเป็นจุดที่มีความน่าสนใจ ที่ทำให้ SUNSU แตกต่างจากแบรนด์อื่น ๆ

3. ข้อมูลเชิงจิตวิทยาของผู้ซื้อ (Insight)

“ความเป็นเกาหลีหรือญี่ปุ่น” นั้น มีอิทธิพลอย่างมาก กับการเลือกหยิบจับสินค้า กับกลุ่มวัยมัธยมปลายในปัจจุบัน จึงต้องเป็นแบรนด์ที่มีแนวคิดการสร้างสรรค์ในรูปแบบ การนำกระแส (Trend Addict) และ ความชอบในรูปแบบนี้ได้

4. เป้าหมายของโฆษณา (Communication Objective)

เพื่อเป็นแรงบันดาลใจ ในการสร้างความสุขในรูปแบบต่าง ๆ ของผู้บริโภคคนนั้น ๆ ได้ และเพื่อให้แบรนด์เป็นที่น่าสนใจและหยิบจับสินค้ามากขึ้น

5. ที่มาของไอเดีย (Background)

ความสุขในช่วง มัธยมปลาย ส่วนใหญ่เกิดขึ้นได้จาก การได้กินอะไรที่ชอบ ความสุขที่ได้ชอบกลุ่มศิลปิน หรือการได้มีความรัก จึงเป็นประเด็นที่ต้องการหยิบมาใช้ เพื่อให้ตรงกับแนวคิดของ -
แบรนด์ ที่ว่า “สุขที่อยู่รอบตัว”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ไอเดียหลัก (Big Idea)

“ สุข ” เป็นคำสำคัญ (Key word) ที่จะนำไปใช้ในการสร้างสรรค์ และการหยิบรูปแบบของ “ความเป็นเกาหลีและญี่ปุ่น” มาปรับใช้ในรูปแบบเนื้อหาเชิงบทแอนิเมชันโฆษณา

7. แนวคิด (Concept)

“ สุขในแบบที่ชอบ ” เป็นแนวคิดหลักของการสร้างสรรค์ โดยพูดถึงเรื่องความสุขในรูปแบบต่าง ๆ ของวัยรุ่นมัธยมปลาย ผนวกกับการนำเสนอแบรนด์ในด้านต่าง ๆ ไปด้วย

8. รูปแบบการนำเสนอ (Platform)

โฆษณาแอนิเมชัน (Animation Advertising) รูปแบบชุด (Campaign) จำนวน 3 เรื่อง ที่พูดถึงเรื่องความสุข ที่มีเนื้อหานำเสนอคุณสมบัติของสินค้าและนำเสนอแนวคิดของแบรนด์ ความยาวไม่เกิน 40 วินาที ได้แก่

1. “สุข สุข สุข” : สุขที่ได้ทานอะไรที่ชอบ

เป็นการหยิบรูปแบบความสุขความอร่อยของอาหารต่าง ๆ มาเล่นคำกับคำว่า “สุข” ในรูปแบบอาหารนั้น ๆ โดยผันเปลี่ยนเป็นคำว่า “สุข” ที่มีความหมายว่า “ความสุข” โดยต้องการนำเสนอแบรนด์ SUNSU ที่พูดถึงความอร่อย ด้วยคำว่า “สุขด้วย อร่อยด้วย” นั้นหมายถึง ทั้งอร่อย และมีความสุข

2. “สุขที่ได้ให้” : สุขที่จะได้รักใคร่รักคน

เป็นการหยิบคำพูดที่ว่า “เพราะรักคือการให้” และรักคือความสุข จึงต้องการพูดถึง “การให้คือความสุข” สุขที่จะได้ให้ใครสักคน หรือทำเพื่อใครสักคน โดยจะนำเสนอแบรนด์ SUNSU ว่า มีด้วยกันสองรสชาติ กับรูปแบบประโยค “ให้สุขมาเป็นคู่”

3. “สุขหาซื้อได้” : สุขที่จะได้ติดตาม

เป็นการนำเสนอมุมมอง “แฟนคลับศิลปิน” ที่พูดถึงว่า ความสุขที่หาซื้อได้ เนื่องจากการเป็นแฟนคลับ เป็นการลงทุนที่สูงมาก ๆ ทั้งต้องซื้อบัตรคอนเสิร์ต สินค้าต่าง ๆ ของศิลปิน ต้องตามไปเจอ ไปซื้อน้ำเพื่อให้ได้ที่ครอบแก้ว จึงอยากหยิบประเด็นนี้มาผนวกกับแบรนด์ SUNSU ที่พูดว่า “สุขง่าย ๆ หาซื้อได้ที่7-eleven” เพื่อบอกว่า SUNSU มีจำหน่ายที่7-eleven

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทภาพยนตร์โฆษณา (Copy Writing)

1. “สุข สุข สุข” : สุขที่ได้ทานอะไรที่ชอบ

นี่คือความสุข สุขที่กำลังพอดี
 นี่ก็สุข สุขแบบ medium rare
 สุขแบบสามนาที่ หรือ ..
 สุขแบบเกรียม ๆ สุขแต่ง ๆ
 ส่วนนี้ไม่สุข แต่อร่อย
 อันนี้กินสุขดีกว่านะ สุขร้อน ๆ
 สุขกรอบ ๆ ข้างในเฝิ้ม ๆ
 นี่ก็สุข นี่ก็สุข นี่ก็สุข
 ส่วนนี้ ... ก็สุข (สุข)
 “สุขด้วยอร่อยด้วย”
 SUNSU สุขในแบบที่ชอบ

2. “สุขที่ได้ให้” : สุขที่จะได้รักใคร่สักคน

เชื่อว่าความรักคือการให้
 ให้บอกรัก ให้ดอกไม้
 ให้อะไรก็ได้ น่ารัก ๆ
 หรือให้ใจไม่ได้ก็ให้เปย์ (Pay)
 หรือว่า ...
 ให้เขามาเป็นคู่แบบฟิน ๆ (Fin)
 เหมือนสุขที่มาเป็นคู่ กับ SUNSU สองรสชาติ
 Classic Milk Tea และ Brown Sugar Milk
 SUNSU สุขในแบบที่ชอบ

3. “สุขหาซื้อได้” : สุขที่จะได้ติดตาม

ใครว่าความสุขซื้อไม่ได้
 นี่สุขที่จะได้ตามไปเจอ
 สุขที่จะได้สนับสนุน
 สุขเหมือนมีเขาอยู่ข้างๆ แกลมสุขแบบLimited ด้วยนะ
 สุขที่จะได้กอดกัน
 สุขที่ยิ่งใหญ่ ที่จะได้มองเขาจากตรงนี้
 หรือจะสุขง่าย ๆ
 สุขง่าย ๆ หาซื้อได้ที่ 7-eleven
 SUNSU สุขในแบบที่ชอบ



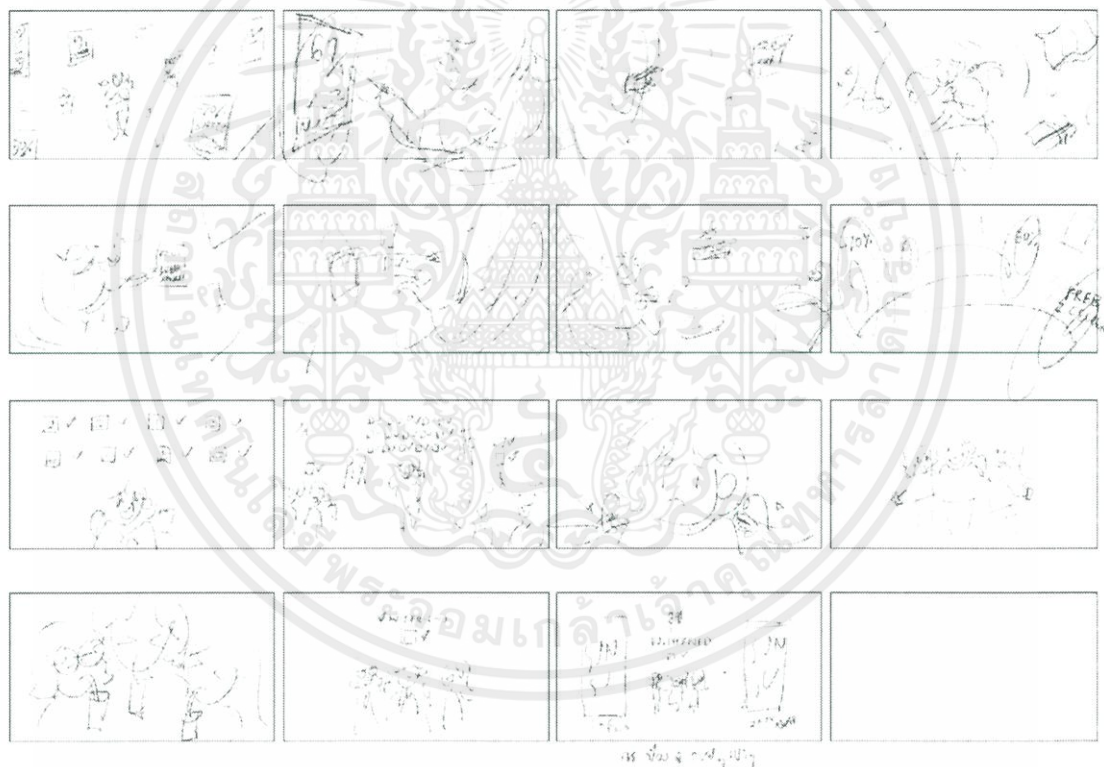
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีการนำเสนอด้วยบอร์ดภาพ (Story Board)

เนื่องจากมีการปรับเปลี่ยนบท ซึ่งเป็นไปตามเนื้อหาที่กล่าวข้างต้น ทำให้มีการเปลี่ยนรูปแบบของบอร์ดภาพ และเนื้อหาทั้งหมด เพื่อให้การสร้างสรรค์งานภาพยนตร์โฆษณาในครั้งนี้ เป็นที่จดจำและย่อยเนื้อหาได้ง่ายขึ้นจากเดิม แต่ยังคงใช้ตัวละคร และเส้นเรื่องหลักเช่นเดิม

1. “สุข สุข สุข” : สุขที่ได้ทานอะไรที่ชอบ

เรื่องราวของสาวนักล่าโปรโมชันร้านอาหารที่เธอจะตามไปทุก ๆ ร้านที่อร่อย แต่มาวันหนึ่งเธอก็รู้สึกได้ว่า ความสุขของเธอกลับไม่ใช่การล่าของกินอร่อย ๆ แต่กลับเป็นการได้ทานอะไรง่าย ๆ กับเพื่อนของเธอเอง



ภาพที่ 3.1 แสดงบอร์ดภาพเก่า เรื่อง สุข สุข สุข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. “สุขที่ได้ให้” : สุขที่จะได้รักใคร่สักคน

เรื่องราวของสาวผู้มีความรัก แต่ไร้ซึ่งความกล้า เธอจึงพยายามเปลี่ยนแปลงตัวเอง เพื่อคนที่เธอชอบ แต่การเปลี่ยนตัวเองของเธอนั้น ทำให้เธอกลับรู้สึกไม่เป็นตัวเองเอาเสียเลย จึงทำให้เธอกล้าที่จะใช้ตัวจริงของเธอเพื่อบอกความรู้สึกที่มีกับคนที่เธอชอบ



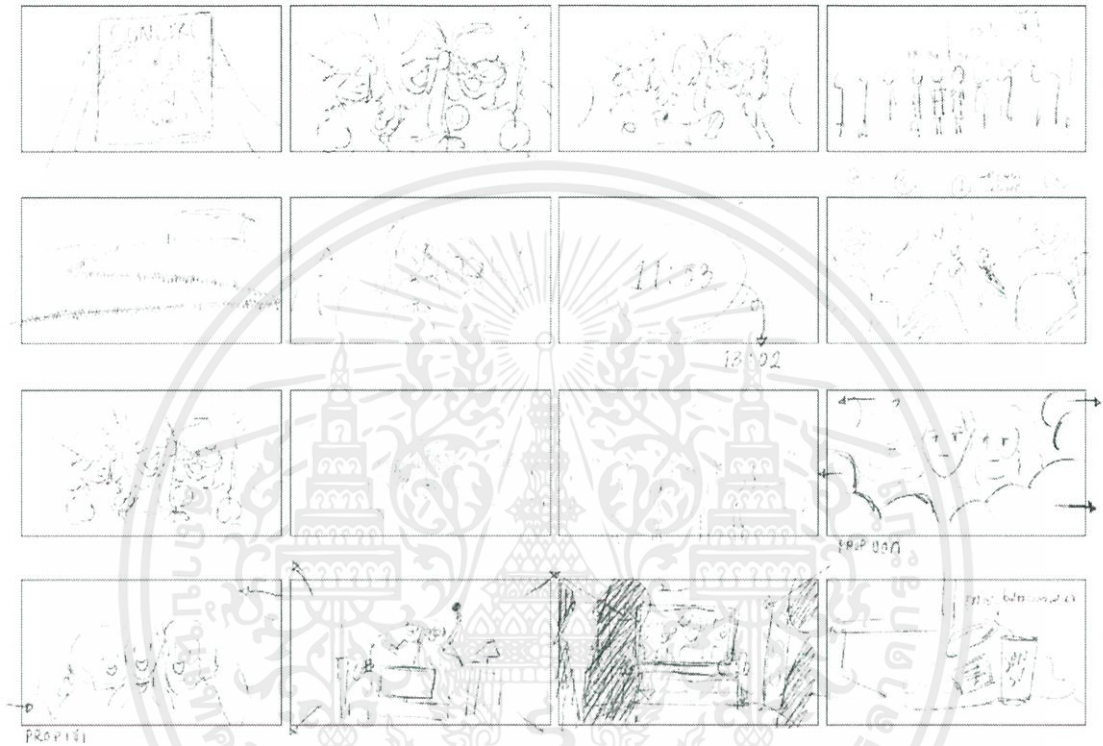
ภาพที่ 3.2 แสดงบอร์ดภาพเก่า เรื่อง สุขที่ได้ให้ รูปที่1

ภาพที่ 3.3 แสดงบอร์ดภาพเก่า เรื่อง สุขที่ได้ให้ รูปที่2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. “สุขหาซื้อได้” : สุขที่จะได้ติดตาม

เรื่องราวของสาวผู้หลงรักศิลปิน ไม่ว่าจะมียศหรือเงินหรือจัดการแกล้งที่ไหน เธอจะต้องไปพบให้ได้ และด้วยความยากลำบากของเธอ ทำให้เธอกลับมาคิดว่า ความสุขที่แท้คือการได้พยายามเท่าที่ตนสามารถ และมีความสุขกับเพื่อน ๆ ของเธอเสียมากกว่า







ภาพที่ 3.4 แสดงบอร์ดภาพเก่า เรื่อง สุขหาซื้อได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

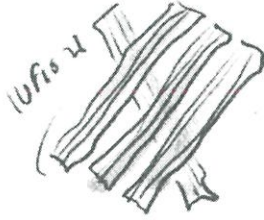



บอร์ดภาพที่ปรับเปลี่ยนถูกต้องตามบทภาพยนตร์โฆษณา (Copy Writing)

1. “สุข สุข สุข” : สุขที่ได้ทานอะไรที่ชอบ

Title Story Board “สุข สุข สุข”		Page : 1
shot	Visual	Details
1		Action : ชานมหยดลง Voice : นี่คือความสุข
2		Action : เนื้อปังย่าง Voice : สุขที่กำลังพอดี
3		Action : จาน steak Voice : นี่ก็สุข สุขแบบ medium rare
4		Action : บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป Voice : สุขแบบสามนาที่ หรือ ..

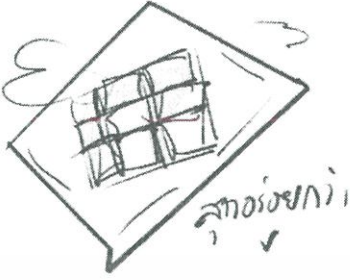



ตารางที่ 3.1 แสดงบอร์ดภาพเรื่อง“สุข สุข สุข” หน้าที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Title Story Board “สุข สุข สุข”		Page : 2
shot	Visual	Details
5		Action : เบคอน Voice : สุขแบบเกรี้ยว ะ
6		Action : ลูกชิ้นล่นลงบนจาน Voice : สุขแดง ะ
7		Action : ชูชิ Voice : ส่วนนี้ไม่สด แต่อร่อย
8		Action : โรตีสดิบ Voice : อันนี้กินสุกดีกว่านะ



ตารางที่ 3.2 แสดงบอร์ดภาพเรื่อง“สุข สุข สุข” หน้าที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Title Story Board “สุข สุข สุข”		Page : 3
shot	Visual	Details
9		Action : โรตีสู้ก Voice : สุขแบบร้อน ๆ
10		Action : ไขดาวที่ไขแดง ไม่สุข Voice : สุขครอบ ๆ ข้าง ในเยี่ยม ๆ
11		Action : กล้องมือถือที่ ถ่ายเค้กรูปแบบต่าง ๆ Voice : นี่ก็สุข ๆ ๆ
12		Action : ชานมกระป๋อง SUNSU Voice : ส่วนนี้ก็ สุข

ตารางที่ 3.3 แสดงบอร์ดภาพเรื่อง“สุข สุข สุข” หน้าที่ 3


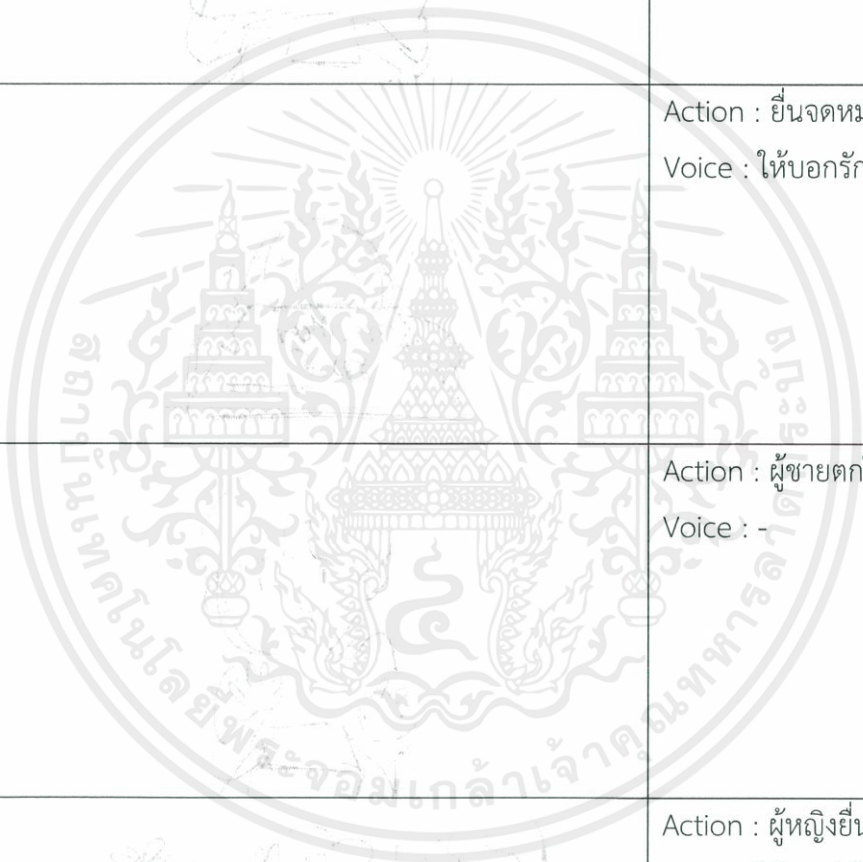
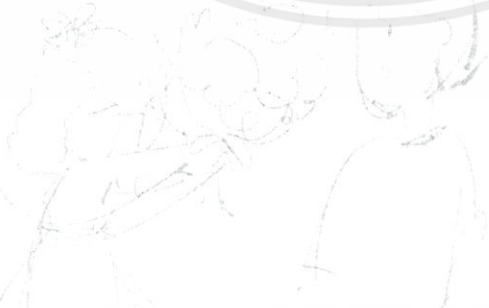
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Title Story Board “สุข สุข สุข”		Page : 4
shot	Visual	Details
13		Action : หยิบขึ้นมา ดู ดีม Voice :
14		Action : Pack shot Voice : SUNSU สุข ในแบบที่ชอบ

ตารางที่ 3.4 แสดงบอร์ดภาพเรื่อง “สุข สุข สุข” หน้า 4





เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. “สุขที่ได้ให้” : สุขที่จะได้รักใคร่สักคน

Title Story Board “สุขที่ได้ให้”		Page : 1
shot	Visual	Details
1		Action : ผู้หญิงยื่นเงิน ๆ Voice : เขาว่าความรักคือการให้
2		Action : ยื่นจดหมายรัก Voice : ให้บอกรัก
3		Action : ผู้ชายตกใจ Voice : -
4		Action : ผู้หญิงยื่นดอกไม้ให้ Voice : ให้ดอกไม้





ตารางที่ 3.5 แสดงบอร์ดภาพเรื่อง “สุขที่ได้ให้” หน้าที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Title Story Board “สุขที่ได้ให้”		Page : 2
shot	Visual	Details
5		Action : ยื่นเค้กให้ Voice : หรือให้อะไรก็ได้ น่ารัก ๆ
6		Action : ยื่นกระต่ายให้ Voice : หรือให้อะไรก็ได้ น่ารัก ๆ
7		Action : กระต่าย กระพริบตา Voice :-
8		Action : ผู้ชายทำหน้าที่ ตกใจมาก ๆ Voice : -


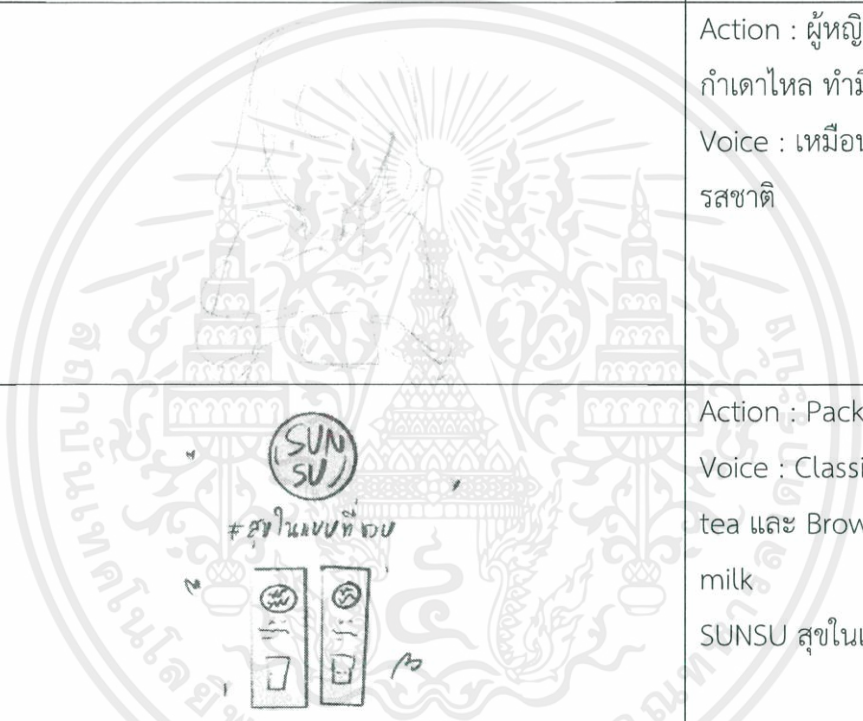

ตารางที่ 3.6 แสดงบอร์ดภาพเรื่อง “สุขที่ได้ให้” หน้าที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Title Story Board “สุขที่ได้ให้”		Page : 3
shot	Visual	Details
9		Action : เปิดกระเป๋าเงิน ใบใหญ่ Voice : หรือให้ใจไม่ได้ก็ ให้เปย์
10		Action : ขนตู้เซพมาให้ Voice : หรือให้ใจไม่ได้ก็ ให้เปย์
11		Action : ทำ ไวนิลใหญ่ ๆ ให้ Voice :
12		Action : ยื่นแหวน แต่งงาน Voice : หรือว่า ..

ตารางที่ 3.7 แสดงบอร์ดภาพเรื่อง “สุขที่ได้ให้” หน้าที่ 3

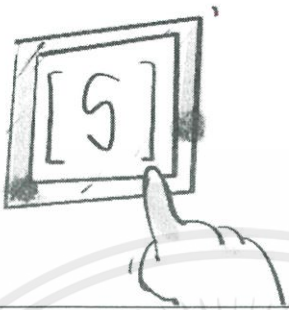



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Title Story Board “สุขที่ได้ให้”		Page : 4
shot	Visual	Details
13		<p>Action : ผู้ชายอีกคนมากอดคอ</p> <p>Voice : ให้เขามาเป็นคู่แบบฟิน ๆ</p>
14		<p>Action : ผู้หญิงเลือดกำเดาไหล ทำมือโอเค</p> <p>Voice : เหมือนชั้นซุสองรสชาติ</p>
15		<p>Action : Pack shot</p> <p>Voice : Classic milk tea และ Brown sugar milk</p> <p>SUNSU สุขในแบบที่ชอบ</p>

ตารางที่ 3.8 แสดงบอร์ดภาพเรื่อง “สุขที่ได้ให้” หน้าที่ 4




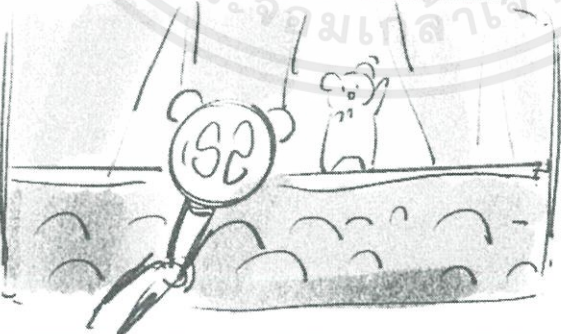
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. “สุขหาซื้อได้” : สุขที่จะได้ติดตาม

Title Story Board “สุขหาซื้อได้”		Page : 1
shot	Visual	Details
1		Action : มือกดเข้า แอปพลิเคชัน Voice : ใครว่าความสุขซื้อ ไม่ได้
2		Action : กดบัตรคอนเสิร์ต Voice : นี่สุขที่จะได้ตามไป เจอ
3		Action : เต็มไปด้วยสินค้า จากศิลปิน Voice : สุขที่จะได้สนับสนุน
4		Action : กอดกับ STAN DY Voice : สุขเหมือนมีเขาอยู่ ข้างๆ

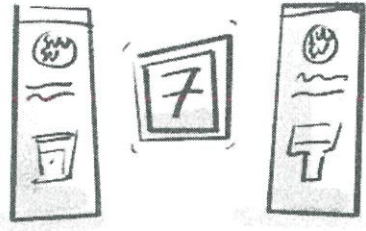
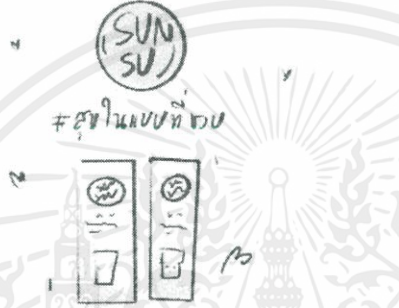
ตารางที่ 3.9 แสดงบอร์ดภาพเรื่อง “สุขหาซื้อได้” หน้าที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Title Story Board “สุขหาซื้อได้”		Page : 2
shot	Visual	Details
5		Action : หยิบแก้วจาก ข้างหน้า Voice : แถมสุขแบบ Limited ด้วยนะ
6		Action : กล้องถ่ายรูป ถ่ายผู้หญิงกอดกับหมี Voice : สุขที่จะได้กอดกัน
7		Action : zoom out เปลี่ยนเป็นกำลังกอดกับ ป้าย Voice : สุขที่จะได้กอดกัน
8		Action : อยู่ในคอนเสิร์ต ที่กำลังโบกแท่งไฟอยู่ Voice : สุขที่จะได้มองเขา จากตรงนี้

ตารางที่ 3.10 แสดงบอร์ดภาพเรื่อง “สุขหาซื้อได้” หน้าที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Title Story Board “สุขหาซื้อได้”		Page : 3
shot	Visual	Details
9		<p>Action : ขวด SUNSU เปิดออกเห็นโลโก้ เซเว่น</p> <p>Voice : หรือจะสุขง่าย ๆ สุขง่าย ๆ หาซื้อได้ที่เซเว่น</p>
10		<p>Action : Pack shot</p> <p>Voice : SUNSU สุขใน แบบที่ชอบ</p>

ตารางที่ 3.11 แสดงบอร์ดภาพเรื่อง “สุขหาซื้อได้” หน้าที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

การสร้างสรรค์โฆษณาแอนิเมชัน

การสร้างสรรค์โฆษณาแอนิเมชัน สินค้า “SUNSU” ได้แบ่งกระบวนการทำงานออกเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นตอนการวางแผนก่อนผลิต (Pre-Production)
2. การผลิต (Production)
3. ขั้นตอนหลังการผลิต (Postproduction)

ขั้นตอนการวางแผนก่อนผลิต (Pre-Production)

1.การออกแบบตัวละคร (Character Design)



ภาพที่ 4.1 แสดงการออกแบบตัวละครทั้งสามเรื่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เรื่องที่ 1 “สุข สุข สุข” : สุขที่ได้ทานอะไรที่ชอบ

การกำหนดรูปแบบตัวละคร

เนื่องจาก เรื่อง “สุข สุข สุข” เป็นเรื่องเกี่ยวกับอาหาร จึงอยากออกแบบตัวละคร (Character) ให้มีลักษณะที่ใช้โครงร่าง (Shape) มาจาก วงกลม (Circle shape) เนื่องจากโครงของวงกลม มีลักษณะที่ดูนุ่มนวล และมีความน่ารัก จึงเหมาะกับนิสัยตัวละครที่ได้วางเอาไว้

นิสัยตัวละคร (Habit)

สนุกสนาน ร่าเริง ยิ้มง่าย เธอมีความสุขกับการได้กินอะไรอร่อย ๆ เป็นอย่างมาก และที่สำคัญเธอเป็นคนรู้จักอาหารทุกรูปแบบเป็นอย่างดี

ตัวละครอ้างอิง (Reference Character)

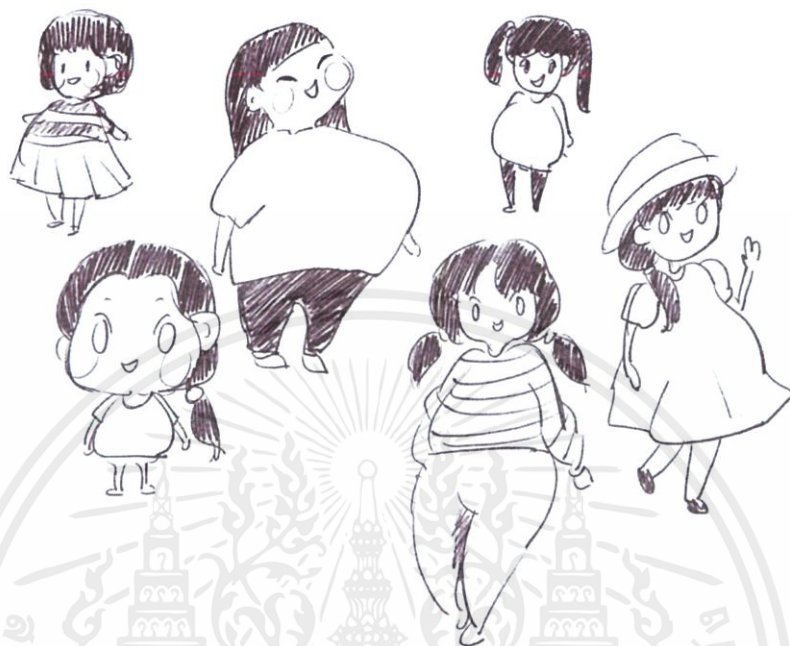


ภาพที่ 4.2 แสดงภาพตัวละครอ้างอิงของตัวละครคุณก๊

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบตัวละคร (Character Design)

ชื่อ : คุกกี้ (Cookie)



ภาพที่ 4.3 แสดงภาพการออกแบบตัวละครแบบร่างของตัวละครคุกกี้



ภาพที่ 4.4 แสดงภาพการออกแบบตัวละครสมบูรณ์ของตัวละครคุกกี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เรื่องที่ 2 “สุขที่ได้ให้” : สุขที่จะได้รักใคร่ชกคน

การกำหนดรูปแบบตัวละคร

เนื่องจาก เรื่อง “สุขที่ได้ให้” เป็นเรื่องเกี่ยวกับความรัก และอยากให้ตัวละครมีความที่อ ๆ แข็งๆ จึงอยากออกแบบตัวละคร (Character) ให้มีลักษณะที่ใช้โครงร่าง (Shape) มาจากสี่เหลี่ยม (square shape) เนื่องจากโครงของสี่เหลี่ยม มีลักษณะที่ดูแข็งที่อ และนิ่ง จึงเหมาะกับนิสัยตัวละครที่ได้วางเอาไว้

นิสัยตัวละคร (Habit)

เป็นตัวละครที่ โกะ๊ะ เฉิ่มเฉย เป็นสาวY (ผู้หญิงที่ชอบให้ผู้ชายกับผู้ชายรักกัน) ไม่เก่งเรื่องของการรักเป็นอย่างมาก แต่กลับตกหลุมรักหนุ่มน่ารักคนนึง และพยายามที่จะทำทุกอย่างให้เขาไปโดยไม่สนใจอะไรเลย

ตัวละครอ้างอิง (Reference Character)

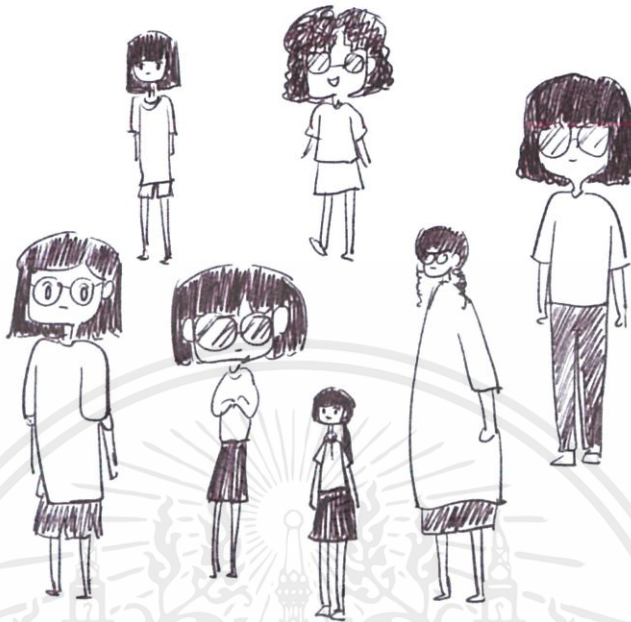


ภาพที่ 4.5 แสดงภาพตัวละครอ้างอิงของตัวละครพิมพ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบตัวละคร (Character Design)

ชื่อ : พิม (Pim)



ภาพที่ 4.6 แสดงภาพการออกแบบตัวละครแบบร่างของตัวละครพิม



ภาพที่ 4.7 แสดงภาพการออกแบบตัวละครแบบสมบูรณ์ของตัวละครพิม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เรื่องที่ 3 “สุขหาซื้อได้” : สุขที่จะได้ติดตาม

การกำหนดรูปแบบตัวละคร

เนื่องจาก เรื่อง “สุขหาซื้อได้” เป็นเรื่องเกี่ยวกับความชอบของการเป็นแฟนคลับ จะเน้นไปถึงเรื่องของความเป็นแฟชั่น และความเป็นเกาหลีที่ชัดเจนเป็นอย่างมาก จึงอยากออกแบบตัวละคร (Character) ให้มีลักษณะที่ใช้โครงร่าง (Shape) มาจาก สามเหลี่ยม (Triangle shape) เนื่องจากโครงของสามเหลี่ยม มีลักษณะที่ดูแรง มีความทันสมัย และดูเหมาะสมจะเป็นโครงร่างของตัวละครที่สวยงาม จึงเหมาะกับนิสัยตัวละครที่ได้วางเอาไว้

นิสัยตัวละคร (Habit)

เป็นตัวละครที่ตามแฟชั่นอยู่เสมอ และชอบรับอิทธิพลความเป็นเกาหลีเป็นอย่างมาก ซึ่งสามารถสังเกตได้จากกาแต่งตัวที่ดูเข้ากับรูปร่าง และดูดี โอชเป็นตัวละครที่มักจะติดตามศิลปินเกาหลีไปในทุกรูปแบบ ทั้งซื้อบัตรคอนเสิร์ตไปดูเขา ซื้อสินค้าจากศิลปิน ไปตามร้านค้าต่าง ๆ ที่เต็มไปด้วยรูป หรือการจัดตกแต่งร้านแบบเกาหลี เพราะการเป็นแฟนคลับ เป็นเหมือนชีวิตของเธอ

ตัวละครอ้างอิง (Reference Character)

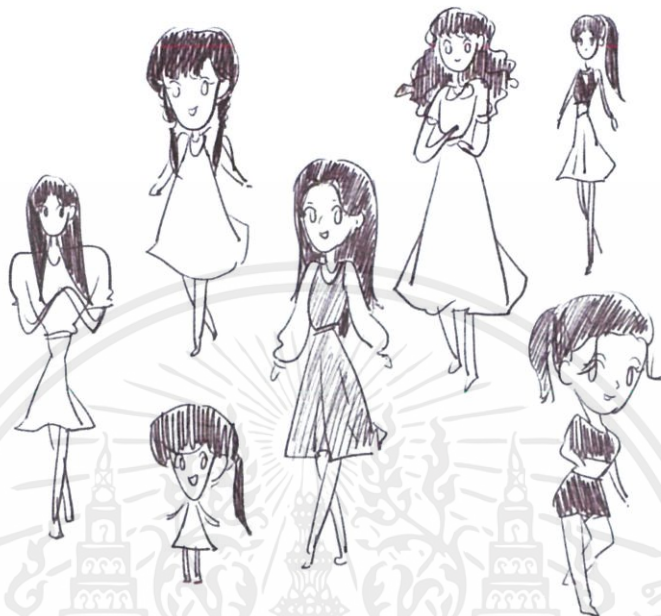


ภาพที่ 4.8 แสดงภาพตัวละครอ้างอิงของตัวละครโอช

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบตัวละคร (Character Design)

ชื่อ : ไอซ์ (Ice)



ภาพที่ 4.9 แสดงภาพการออกแบบตัวละครแบบร่างของไอซ์



ภาพที่ 4.10 แสดงภาพการออกแบบตัวละครแบบสมบูรณ์ของไอซ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การออกแบบศิลป์ (Concept Art)

2.1การควบคุมสีและรูปแบบ (Mood and tone)

เนื่องจากแบรนด์สินค้า มีการออกแบบมาในลักษณะของการตัดทอนให้เหลือเพียงความสำคัญ (Minimal) นั้น จึงอยากนำมาต่อยอดด้วยการใช้รูปแบบเดียวกันเพื่อนให้เป็นที่จดจำได้ง่ายมากขึ้น

และด้วยสินค้าตัวนี้ เป็นชานม จึงเลือกกลุ่มสี (Color Tone) เป็นสีน้ำตาลอมส้มเป็นหลัก และเลือกตัดสีด้วยสีโทนตรงกันข้ามอย่าง ฟ้ำเข้ม (Navy) และสีม่วง (Dark Purple)

โทนสีที่กำหนด (Color Tone)

- 1.สีครีม : #fad0aa
- 2.สีส้ม : #ffa570
- 3.สีแสงอมแดง : #cd6238
- 4.สีฟ้ำเข้ม : #427289
- 5.สีม่วงเข้ม : #561b6b



ภาพที่ 4.11 แสดงภาพการกำหนดโทนสี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การอ้างอิงการออกแบบ (Reference Design)

เนื่องจากการออกแบบ ได้อิงจากการใช้รูปแบบการตัดทอนให้เหลือเพียงความสำคัญ (Minimal) ข้าพเจ้าจึงพยายามหาลักษณะของการออกแบบที่ใกล้เคียง และเหมาะสมกับสินค้า จึงทำให้งาน อยู่ในรูปแบบที่มีกวาดฉากหลังเพียงน้อยนิด หรืออาจไม่มี นั้นเพื่อต้องการส่งเสริมให้ เน้นไปที่จุดสนใจเพียงจุดเดียวเท่านั้น



ภาพที่ 4.12 แสดงการอ้างอิงของการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เนื่องจากการปรับเปลี่ยนบท ทำให้มีการเปลี่ยนรูปแบบของการออกแบบศิลป์ เพื่อให้การสร้างสรรคงานภาพยนตร์โฆษณาในครั้งนี้ เป็นที่จดจำ และย่อยเนื้อหาได้ง่ายขึ้นจากเดิม แต่ยังคงใช้ตัวละคร และเส้นเรื่องหลักเช่นเดิม

เรื่องที่ 1 “สุข สุข สุข” : สุขที่ได้ทานอะไรที่ชอบ



อาหารจะถึงความละทวน เน้นรูปแบบอาหารที่เป็นก้อนๆ จับตัวกัน

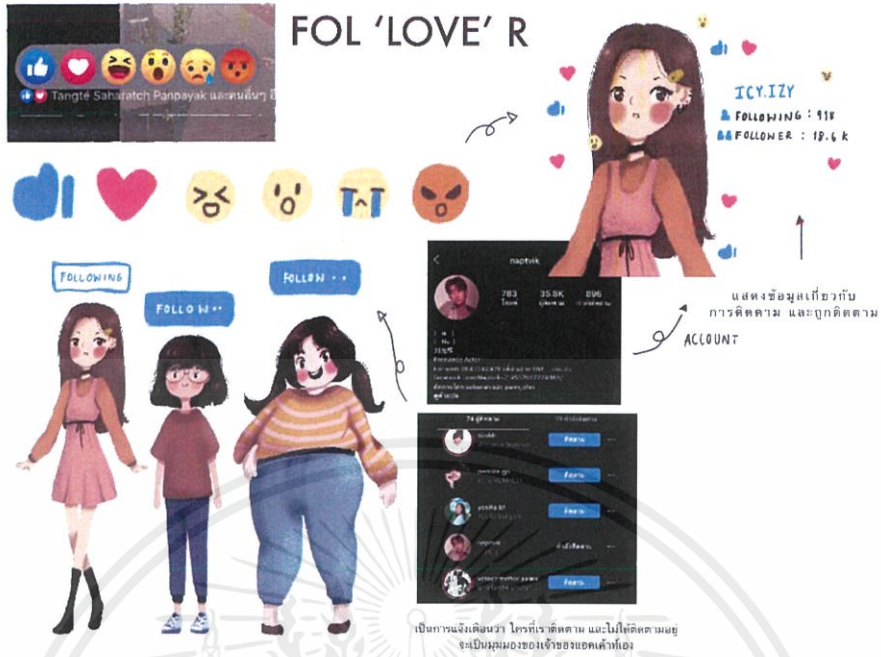
ภาพที่ 4.13 แสดงภาพ การออกแบบศิลป์เก่าเรื่อง สุข สุข สุข รูปที่ 1



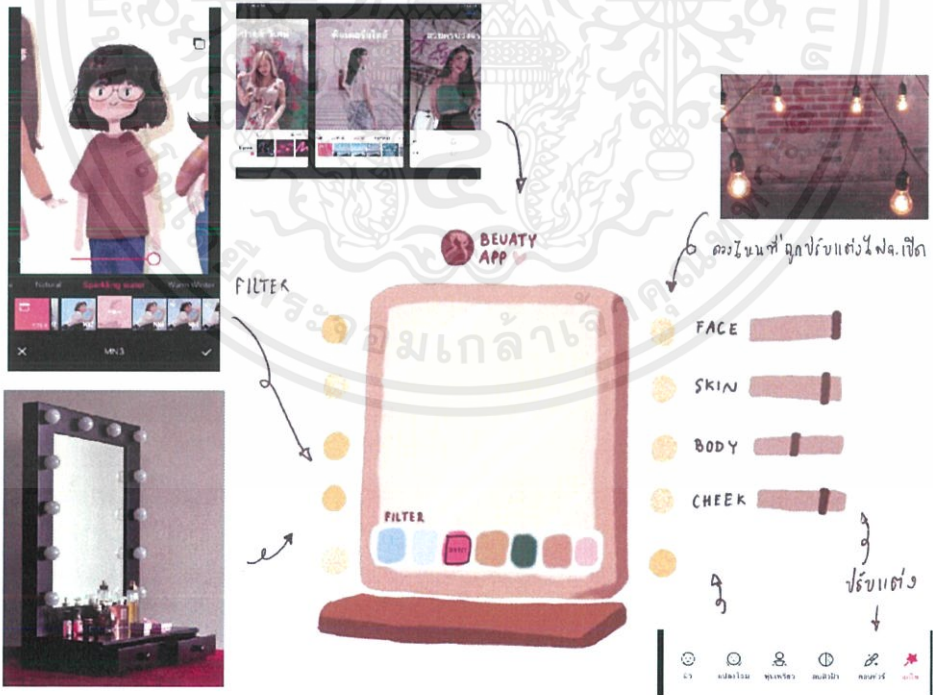
ภาพที่ 4.14 แสดงภาพ การออกแบบศิลป์เก่าเรื่อง สุข สุข สุข รูปที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เรื่องที่ 2 “สุขที่ได้ให้” : สุขที่จะได้รักใคร่ซักคน



ภาพที่ 4.15 แสดงภาพ การออกแบบศิลปะเก่าเรื่อง สุขที่ได้ให้ รูปที่ 1



ภาพที่ 4.16 แสดงภาพ การออกแบบศิลปะเก่าเรื่อง สุขที่ได้ให้ รูปที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เรื่องที่ 3 “สุขหาซื้อได้” : สุขที่จะได้ติดตาม



ภาพที่ 4.17 แสดงภาพ การออกแบบศิลปะเก้าเรื่อง สุขหาซื้อได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เรื่องที่ 1 “สุข สุข สุข” : สุขที่ได้ทานอะไรที่ชอบ

การออกแบบศิลป์

เนื่องจากเรื่อง “สุข สุข สุข” เป็นเรื่องราวที่เกี่ยวกับอาหาร จึงเน้นไปที่รูปแบบของอาหารต่าง ๆ โดยข้าพเจ้า ได้เลือกอาหารที่มีลักษณะโครงร่าง (Shape) และความสูงของอาหารที่แตกต่างออกไป อันประกอบด้วย

- 1.ปิ้งย่างเกาหลี
- 2.สเต็ก (Steak)
- 3.บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป
- 4.เบคอน
- 5.ลูกชิ้นทอด
- 6.ซูชิ (Sushi)
- 7.โรตีสถิต และโรตีสูก
- 8.ไข่ดาว
- 9.เค้ก



ตารางที่ 4.1 แสดงการตัดทอนรูปแบบของอาหาร หน้าที1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับ

รูปภาพอาหาร

การตัดทอนรูปแบบอาหาร

3



4



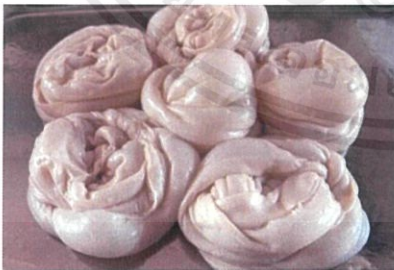
5



6



7



ตารางที่ 4.2 แสดงการตัดทอนรูปแบบของอาหาร หน้าที่2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับ

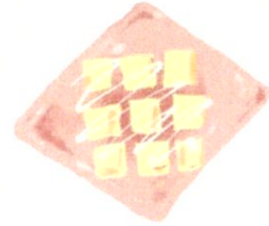
รูปภาพอาหาร

การตัดทอนรูปแบบอาหาร

8



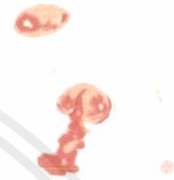
sun-fo



9



sun-fo



10



sun-fo



11



sun-fo



ตารางที่ 4.3 แสดงการตัดทอนรูปแบบของอาหาร หน้าที3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เรื่องที่ 2 “สุขที่ได้ให้” : สุขที่จะได้รักใคร่ชัคน

การออกแบบศิลป์

เนื่องจากเรื่อง “สุขที่ได้ให้” เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับความรัก และการให้ ข้าพเจ้าจึงหยิบสิ่งต่าง ๆ ที่นิยมให้กันเป็นของขวัญในการบอกรัก จนถึงขั้นเกินกว่าที่จะให้ได้ อันประกอบด้วย

- 1.จดหมายรัก
- 2.ดอกไม้
- 3.เค้กปอนด์
- 4.กระต่าย
- 5.เงินมากมาย
- 6.ตู้เซฟที่เก็บเงิน
- 7.แหวนเพชรขนาดใหญ่



ตารางที่ 4.4 แสดงการตัดทอนรูปแบบของสิ่งของ หน้าที1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับ

รูปภาพสิ่งของ

รูปแบบการตัดทอนสิ่งของ

4



รูป 4



5



รูป 5



6



รูป 6



7



รูป 7

8

HUADA LANGXUAN



รูป 8



ตารางที่ 4.5 แสดงการตัดทอนรูปแบบของสิ่งของ หน้าที2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เรื่องที่ 3 “สุขหาซื้อได้” : สุขที่จะได้ติดตาม

การออกแบบศิลป์

เนื่องจากเรื่อง “สุขหาซื้อได้” เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับแฟนคลับ ที่ติดตามศิลปินที่ชอบ ข้าพเจ้าจึงหาข้อมูลเกี่ยวกับความชอบในแต่ละรูปแบบ ของกลุ่มแฟนคลับมา อันประกอบไปด้วย

- 1.บัตรคอนเสิร์ต
- 2.สินค้าจากศิลปิน (Official Goods)
- 3.ร้านคาเฟ่เก๋ๆ และสแตนด์ (Standies)
- 4.ที่ครอบแก้ว
- 5.โปสเตอร์ตามสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน
- 6.การได้ไปดูคอนเสิร์ต

ลำดับ	รูปภาพ	รูปแบบการตัดทอน
1		
2		
3		

ตารางที่ 4.6 แสดงการตัดทอนรูปแบบสิ่งของและสถานที่ หน้าที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับ

รูปภาพสิ่งของ

รูปแบบการตัดทอนสิ่งของ

4



5



6



ตารางที่ 4.7 แสดงการตัดทอนรูปแบบสิ่งของและสถานที่ หน้าที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางการทำงาน (Breakdown Sheet)

การวางแผนการทำงานในขั้นตอนการผลิต (Production) ทั้งหมด ประกอบด้วย

- 1.แอนิเมทแบบหยาบ (Rough animate)
- 2.เก็บการแอนิเมท (Final animate)
- 3.ลงสี และเก็บรายละเอียด (Color and detail)
- 4.ประกอบฉาก (Composite)

ทั้งหมดนี้ ข้าพเจ้าได้วางแผนการทำงาน โดยกำหนดหมายเสร็จงาน ในทุก ๆ วันจันทร์ของแต่ละสัปดาห์ ตามขั้นตอน และ เนื้อหาของเรื่องนั้น ๆ ไปตามลำดับดังต่อไปนี้

	date	Rough animate	Final animate	Color	Composite
W1	13 Jan				
W2	20 Jan	เรื่อง สุข สุข สุข			
W3	27 Jan				
W4	3 Feb	เรื่อง สุขหาซื้อได้			
W5	10 Feb				
W6	17 Feb	เรื่อง สุขที่ได้ให้			
W7	24 Feb				
W8	2 Mar	สัปดาห์ส่ง Rough cut			
W9	9 Mar	แก้ Rough			
W10	16 Mar	ทุกเรื่อง			
W11	23 Mar		ลงรายละเอียด การแอนิเมททุกเรื่อง		
W12	30 Mar				
W13	6 Apr				
W14	13 Apr	พัก 1 สัปดาห์			
W15	20 Apr			เรื่อง สุข สุข สุข	
W16	27 Apr				
W17	4 May			เรื่อง สุขหาซื้อได้	
W18	11 May				
W19	18 May			เรื่อง สุขที่ได้ให้	
W20	25 May				
W21	1 Jun				ประกอบทุกเรื่อง
W22	8 Jun				เข้ากัน

ตารางที่ 4.8 แสดงการวางแผนการทำงานในขั้นตอนการผลิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

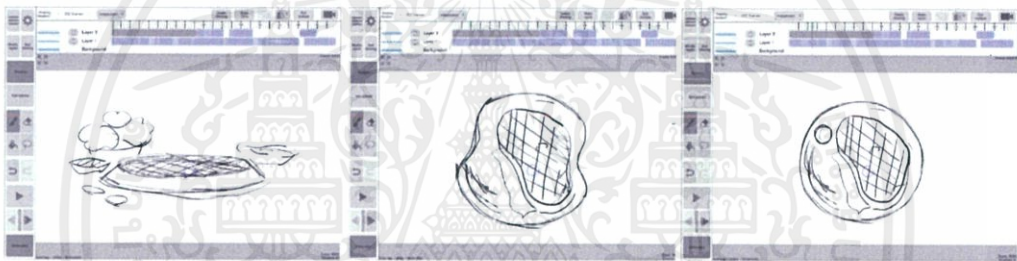
การผลิต (Production)

การสร้างโฆษณาแอนิเมชันรูปแบบชุด เริ่มทำการวาดตั้งแต่วันที่ 16 มกราคม 2563 ถึงวันที่ 8 มิถุนายน 2563 เริ่มจากการแอนิเมทแบบหยาบ (Rough Animate) ในแต่ละเรื่อง โดยใช้โปรแกรม Rough Animator ซึ่งจะแบ่งการแอนิเมท ออกเป็นช่วง แล้วจึงนำมาประกอบเข้ากันที่หลัง

รูปแบบของการแอนิเมท คือ เฟรม ต่อ เฟรม (Frame by Frame) แต่หากมีลักษณะของการแอนิเมทที่ต่างกันออกไป

1.เรื่อง สุก สุก สุข : สุขที่ได้ทานอะไรที่ชอบ

เป็นเรื่องที่ใช้การแอนิเมทรูปแบบ การเปลี่ยนแปลง (Transition Shot) ของวัตถุไปเรื่อย ๆ โดยคงไว้ให้การเปลี่ยนแปลง มีลักษณะที่เป็นการเคลื่อนไหวของน้ำนม เพื่อต้องการสื่อถึงแบรนด์ ที่เป็นเครื่องดื่ม ชานมกระป๋อง



ภาพที่ 4.18 แสดงภาพกระบวนการแอนิเมทในโปรแกรม Rough Animator เรื่องสุกสุกสุข

2.เรื่อง สุขที่ได้ให้ : สุขที่ได้รักใคร่สักคน

เป็นเรื่องที่ใช้การแอนิเมทด้วยการ ชนฉาก (Shot cut) ซึ่งเป็นการแอนิเมทแยกไปเป็นภาพ ๆ แล้วนำมาประกอบเข้าด้วยกัน

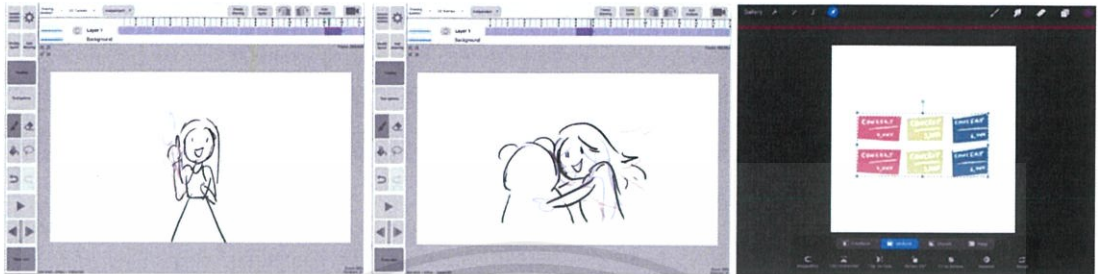


ภาพที่ 4.19 แสดงภาพกระบวนการแอนิเมทในโปรแกรม Rough Animator เรื่องสุขที่ได้ให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. “สุขหาซื้อได้” : สุขที่จะได้ติดตาม

เป็นเรื่องที่ใช้การแอนิเมทโดยใช้การเปลี่ยนแปลง (Transition shot) ด้วยวัตถุ ซึ่งให้วัตถุเป็นสิ่งแวดล้อมการเปลี่ยนแปลงของฉากนั้น ๆ ซึ่งเรื่อง สุขหาซื้อได้ จึงเน้นไปทางการประกอบ (Composite) เสียมากกว่า การแอนิเมทจึงต้องแยกเป็นส่วน เพื่อนำมาประกอบในภายหลัง



ภาพที่ 4.20 แสดงภาพกระบวนการแอนิเมทในโปรแกรม Rough Animator เรื่องสุขหาซื้อได้

ขั้นตอนการเก็บการแอนิเมท (Final animate)

หลังจากขั้นตอนการแอนิเมทแบบหยาบ (Rough Animate) แล้ว ขั้นตอนถัดมา คือการเก็บการแอนิเมทด้วยโปรแกรม Adobe PhotoShop โดยการเพิ่มเลเยอร์ (Layer) ที่มากขึ้น และการลงละเอียดมากขึ้นจากการแอนิเมทแบบหยาบ แต่ยังคงแยกออกเป็นฉาก (Shot) เพื่อการทำงานที่สะดวก



ภาพที่ 4.21 แสดงภาพการเก็บการแอนิเมท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นตอนการลงสี (Color and Detail)

เนื่องจากแอนิเมชันชิ้นนี้ ไม่มีการตัดเส้นของชิ้นงาน จึงไปสู่ขั้นตอนได้ลงสี โดยใช้โปรแกรม Studio Clip ซึ่งมีหัวพู่กัน (Brush) ให้เลือกใช้มาก และเหมาะสมกว่า อีกทั้งเรื่องของความสะอาด และความถนัดของข้าพเจ้า จึงเลือกใช้โปรแกรมนี้ในการลงสี



ภาพที่ 4.22 แสดงภาพการลงสี เรื่อง สุกสุขสุข



ภาพที่ 4.23 แสดงภาพการลงสี เรื่อง สุขหาซื้อได้



ภาพที่ 4.24 แสดงภาพการลงสี เรื่อง สุขที่ได้ให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นตอนหลังการผลิต (Postproduction)

ขั้นตอนหลังการผลิต เป็นการนำฉากแต่ละฉากของแอนิเมชัน มาประติดประต่อกัน และนำเนื้อหามารวมกัน โดยใช้โปรแกรมหลักด้วยกันสองโปรแกรม คือ

1. Adobe Premiere Pro

ใช้ในการตัดต่อเนื้อหาที่เป็นการชนฉาก (Shot cut) และรวมเนื้อหาทั้งหมดไว้ด้วยกัน รวมถึงการตัดให้เข้ากับจังหวะของเพลงมากขึ้น

2. Adobe After Effects

ใช้ในการเปลี่ยนแปลงฉาก (Transition Shot) ด้วยวัตถุต่าง ๆ ที่ได้วาดเอาไว้ข้างต้น และยังรวมไปถึงการสร้างผล (Effect) ที่ช่วยให้ชิ้นงาน ดูลื่นไหลมากขึ้น

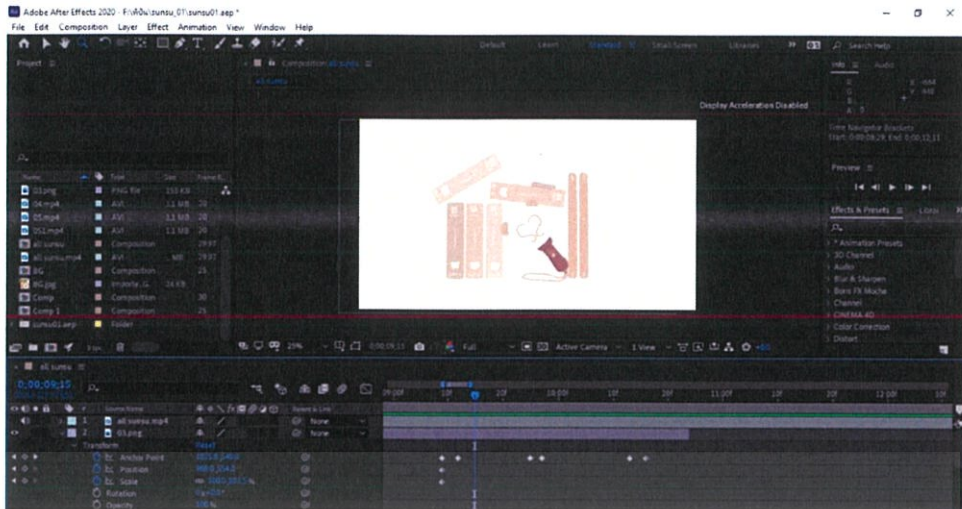


ภาพที่ 4.25 แสดงภาพการตัดต่อด้วยโปรแกรม Adobe Premiere Pro เรื่อง สุกสุกสุข

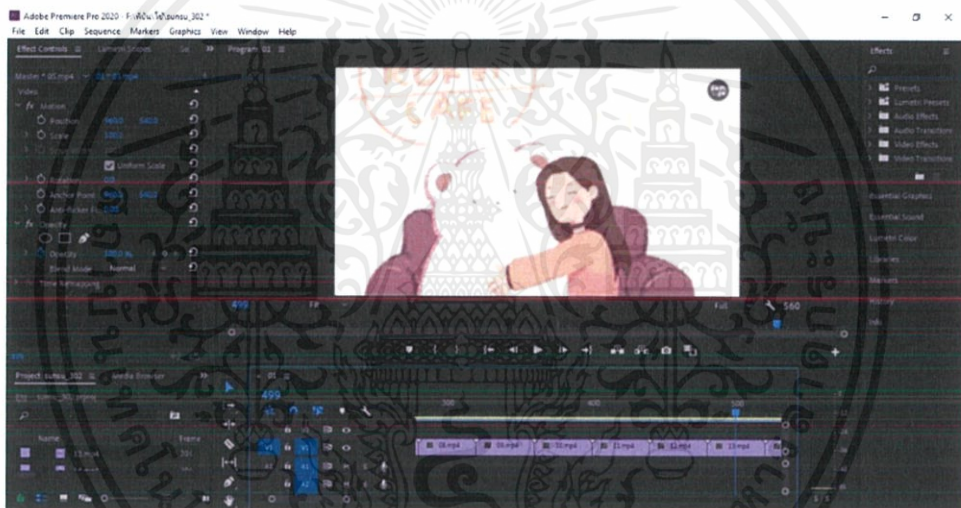


ภาพที่ 4.26 แสดงภาพการตัดต่อด้วยโปรแกรม Adobe Premiere Pro เรื่อง สุขที่ได้ให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.27 แสดงภาพการตัดต่อด้วยโปรแกรม Adobe After Effects เรื่อง สุขหาซื้อได้



ภาพที่ 4.28 แสดงภาพการตัดต่อด้วยโปรแกรม Adobe Premiere Pro เรื่อง สุขหาซื้อได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การลำดับภาพแบบสมบูรณ (Fine Cut)

เรื่องที่ 1 “สุข สุข สุข” : สุขที่ได้ทานอะไรที่ชอบ ข้าพระเจ้าได้เรียงลำดับภาพตามสตอรี่บอร์ดที่ข้าพระเจ้าได้วางเอาไว้ แต่ปรับเปลี่ยนช่วงเวลา (Timing) เพื่อให้เข้ากับจังหวะของเสียง



ภาพที่ 4.29 แสดงภาพการลำดับภาพแบบสมบูรณเรื่องที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

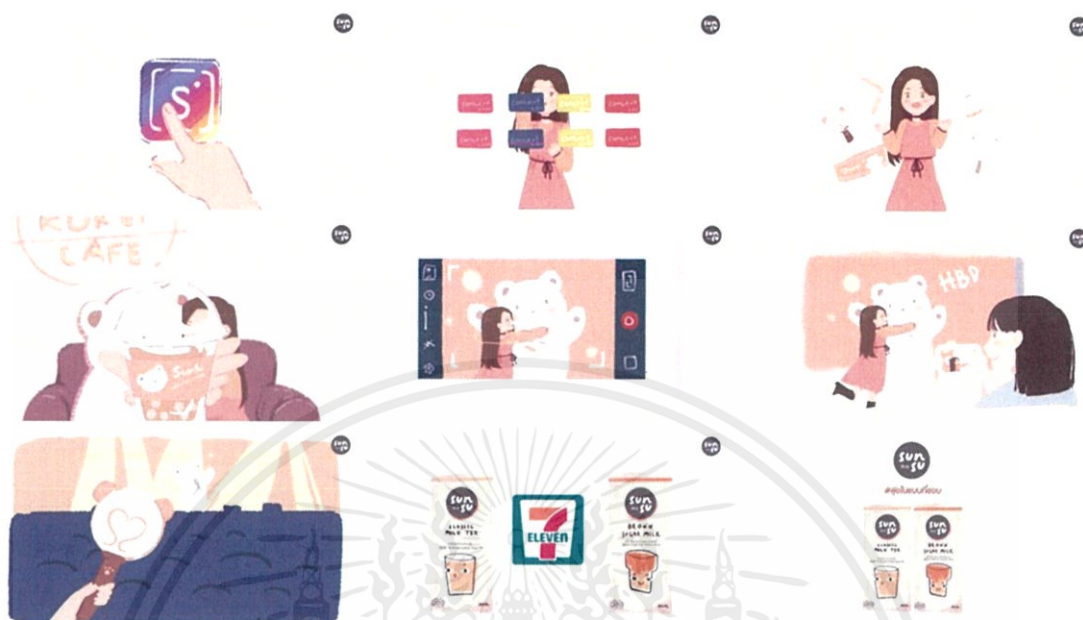
2. “สุขที่ได้ให้” : สุขที่จะได้รักใคร่สักคน ข้าพระเจ้าได้เรียงลำดับภาพตามสตอรี่บอร์ดที่ข้าพระเจ้าได้วางเอาไว้ แต่ปรับเปลี่ยนช่วงเวลา (Timing) เพื่อให้เข้ากับจังหวะของเสียง



ภาพที่ 4.30 แสดงภาพการลำดับภาพแบบสมบูรณ์เรื่องที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. “สุขหาซื้อได้” : สุขที่จะได้ติดตาม ข้าพระเจ้าได้เรียงลำดับภาพตามสตอรี่บอร์ดที่ข้าพเจ้าได้วางเอาไว้ แต่ปรับเปลี่ยนช่วงเวลา (Timing) เพื่อให้เข้ากับจังหวะของเสียง



ภาพที่ 4.31 แสดงภาพการลำดับภาพแบบสมบูรณ์เรื่องที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

บทสรุป

บทสรุปของการทำงานในส่วนความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ สามารถสรุปได้ว่าเป็นการได้ค้นพบแนวทางที่ชัดเจนของตนเอง จากความสามารถของข้าพเจ้าในด้านกระบวนการคิดสร้างสรรค์และความสนใจของข้าพเจ้าที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณา นำไปสู่โฆษณาแอนิเมชันทั้งสามตัวนี้ที่เป็นเหมือนบทพิสูจน์แล้วว่าข้าพเจ้าสามารถทำออกมาได้สำเร็จ ตามกระบวนการทางภาพยนตร์ที่ตั้งใจไว้ ทั้งด้านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creative) การเขียนบทโฆษณา (Copy Writer) การศึกษาด้านการตลาด (Marketing) ทั้งนี้ยังทำให้ข้าพเจ้ายังได้เรียนรู้การผ่านอุปสรรคต่าง ๆ ระหว่างการทำงาน ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง การทำงานร่วมกับเพื่อน (Working together) การนำเสนองาน (Presentation) การนำคำวิจารณ์ต่าง ๆ ไปปรับใช้ และแก้ไขงาน อีกทั้งยังได้เรียนรู้ที่จะก้าวผ่านความผิดหวังของตัวเองไปได้ด้วยง่ายดาย ทั้งหมดนี้เป็นการเรียนรู้ เพื่อต่อยอดในการประกอบอาชีพนักสร้างสรรค์โฆษณา หรือตำแหน่งอื่น ๆ ในอนาคตของข้าพเจ้าได้ต่อไป

อุปสรรคระหว่างการทำงาน

ศิลปินขั้นตอนนี้ ได้สร้างความคาดหวังไม่ถึงให้ข้าพเจ้ามากมาย ทั้งเรื่องของบท (Copy Writer) การคิดสร้างสรรค์ (Creative) ซึ่งมีการแก้บทถึงหลายรอบด้วยกัน เนื่องจากข้าพเจ้า มีประสบการณ์และการเรียนรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์การตลาด (Marketing) ที่ไม่มากพอ จึงต้องค้นคว้า และหาข้อมูลเพื่อให้ทันต่องานเสมอ หลายครั้ง จึงเกิดความล่าช้า และไม่สามารถต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ต่อได้

อีกทั้ง ความคาดหวังในการทำงานของข้าพเจ้ามีสูงมากทั้งต่อศิลปินขั้นตอนนี้ และเพื่อนร่วมงาน ทำให้ข้าพเจ้า ลำบากใจในการทำงานทุกครั้ง แต่หากทั้งหมดนี้ ข้าพเจ้าสามารถผ่านมันไปได้ และเป็นแรงผลักดันในก้าวต่อไปในอนาคตได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะขั้นตอนการสร้างสรรค์และเขียนบทโฆษณา

จากการทำงาน ข้าพเจ้าสรุปได้ว่า บทภาพยนตร์ เป็นสิ่งสำคัญอย่างมากต่องานโฆษณา ไม่ว่าจะด้วยความสอดคล้องที่ต้องส่งเสริมแบรนด์ คุณสมบัติข้อแบรนด์ที่ต้องการนำเสนอ รูปแบบของการนำเสนอ ไอเดียหลัก (Big Idea) เป็นต้น เป็นสิ่งที่ล้นแล้วแต่ต้องสร้างสรรค์ให้ไปด้วยกันได้ทั้งหมด จึงจำเป็นต้องมีการเรียนรู้ หรือการค้นคว้าที่มากพอ จึงจะสามารถสร้างผลงานโฆษณาออกมาได้น่าสนใจ

ข้อเสนอแนะขั้นตอนการผลิต

จากการทำงาน ข้าพเจ้าสรุปได้ว่า การทำแอนิเมชัน เป็นเรื่องที่ไม่ยาก หากมีการวางแผนการทำงานที่ดี ซึ่งข้าพเจ้าได้เรียนรู้การทำงานในขั้นตอนนี้มาตลอดการศึกษา จึงทำให้การทำงานเกิดความผิดพลาดเพียงเล็กน้อย แต่หากกระนั้น ยังสามารถเกิดความผิดพลาดระหว่างการทำงานได้เสมอ จึงควรรู้จักการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าให้ดีที่สุด เพื่อการทำงานที่ดี

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

สุดท้ายนี้ ข้าพเจ้าหวังเป็นอย่างยิ่งว่า การศึกษาในครั้งนี้ของข้าพเจ้าจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งต่อตัวข้าพเจ้าและผู้อื่น ได้แก่ ความเข้าใจ การตัดสินใจการแก้ปัญหา การทำงานกับเพื่อนร่วมงาน การได้ฝึกฝน และเกิดทักษะในการสร้างสรรค์โฆษณา อีกทั้งทักษะด้านการตลาดในการผลิตโฆษณาให้มีประสิทธิภาพอีกด้วย

บรรณานุกรม

Animatedshortfilms.net , **kittykat96**, [Online] ,เข้าถึงได้จาก <http://animatedshortfilms.net/index.php/kittykat96-victoria-vincent-asf-2d-3d-stopmotion-short-films-cartoons-movies/> , 2559.

Beth David and Esteban Bravo , **CGI Animated Short Film "In a Heartbeat"** , [Online] เข้าถึงได้จาก <https://www.youtube.com/watch?v=sAaqLIsOmCE>, 3 สิงหาคม 2560.

Chungkang Animation , **LOVE YOU(좋아해 너를)-청강졸업작품** , [Online] , เข้าถึงได้จาก <https://www.youtube.com/watch?v=5zxS5lyTeHI> , 2559.

Miyazaki Hayao , **Howl's moving castle**, [Online] , เข้าถึงได้จาก <https://www.youtube.com/watch?v=JaTvYBHizuY&t=73s> , 8 ตุลาคม 2561.

Starngage.com , **20 อันดับยูทูบเบอร์ในประเทศไทย**, [Online] , เข้าถึงได้จาก <https://starngage.com/20-> , 2652.

SUNSU Official, **"Logo SUNSU"**, [Online] , เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/sunsuofficial/photos/a.> , 22 สิงหาคม 2562.

SUNSU Official, **Bear house**, [Online] , เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/sunsuofficial/photos/a.> , 29 สิงหาคม 2562.

SUNSU Official, **SUNSU Photo**, [Online] , เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/sunsuofficial/photos/a> , 30 สิงหาคม 2562.

SUNSU Official, **SUNSU Photo**, [Online] , เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/sunsuofficial/photos/a> , 3 กันยายน 2562.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล ปณิตธร จันทรบูลย์

ที่อยู่ 267 ซอย12 ถนนรัตนอุทิศ ตำบลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่
จังหวัดสงขลา 90110

E-mail : Pannatorn.chn@gmail.com

ประวัติการศึกษา

- พ.ศ.2552 ประถม โรงเรียนเทศบาล4 (วัดคลองเรียน)
- พ.ศ.2555 มัธยมศึกษา โรงเรียนหาดใหญ่อำนวยวิทย์
- พ.ศ.2558 สาขาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยเทคโนโลยีหาดใหญ่อำนวยวิทย์
พาณิชยการ
- พ.ศ.2562 สาขาภาพยนตร์และดิจิทัล মিเดีย คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- ผลงาน รางวัล และทุนที่ได้รับ
- พ.ศ.2560
- ภาพยนตร์สั้นแนวโรแมนติก “สมุดรายงาน สถานที่กับความรู้สึก”
 - ภาพยนตร์โฆษณา “โตไปไม่โกง”
 - แอนิเมชันสั้น “Sushi Lover”
 - แอนิเมชันสั้น “Mind set”
- พ.ศ.2561
- Creative Photo book หัวข้อ “จิตสำนึกสาธารณะ”
 - Creative POSTER #เป็นกำลังใจให้คนกรุงเทพฯ
 - รายการ “อัมพวาพาเพลิน”
 - รายการ “รีวิว(มุก)ลาดกระบัง”
- พ.ศ.2562
- แอนิเมชัน สามมิติ “Sun and moon”
 - ภาพยนตร์โฆษณา “Nebula Candy”
 - Creative POSTER “Honda Sensing”
 - CJ WORX : Internship ตำแหน่ง Creative Copy Writer
 - Creative Board “AXE(cident) หอมตัวนฉุกฉิน เท่ได้ทุกสถานการณ์
 - ศิลปินพันธ์ ภาพยนตร์โฆษณาแอนิเมชัน สินค้า SUNSU

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้