

การผลิตภาพยนตร์โฆษณา “ เครื่องสำอาง MTI ”  
Commercial Film “MTI Professional Makeup ”

นางสาว กานต์สิริ หวังพัฒนศิริกุล

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต  
สาขาภาพยนตร์และดิจิทัลมีเดีย คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ปีการศึกษา 2561

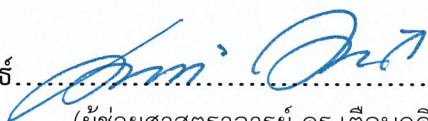
## ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์

การผลิตภาพยนตร์โฆษณา “ เครื่องสำอาง MTI ”  
Commercial Film “MTI Professional Makeup”

นางสาว กานต์สิรี หวังพัฒนศิริกุล  
MISS KARNSIREE WANGPATTANASIRIKUL

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต  
สาขาวิชาภาพยนตร์และดิจิทัลมีเดีย

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์.....



วันที่ 7 ๕๓ ๖2

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เตือนฤดี รักใหม่)

หัวข้อศิลปนิพนธ์                      การผลิตภาพยนตร์โฆษณาเครื่องสำอาง MTI  
Commercial Film “MTI Professional Makeup”

ชื่อ    นางสาว กานต์สิริ หวังพัฒนศิริกุล  
สาขาวิชา                                    ภาพยนตร์และสื่อดิจิทัลมีเดีย  
ภาควิชา                                        นิเทศศิลป์  
คณะ    สถาปัตยกรรมศาสตร์  
ปีการศึกษา                                  2561  
อาจารย์ที่ปรึกษา                          ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เตื่อยฤดี รักใหม่

### บทคัดย่อ

ภาพยนตร์โฆษณาชุดนี้สร้างขึ้นเพื่อที่จะสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับแบรนด์เครื่องสำอาง MTI เพื่อเปลี่ยนภาพลักษณ์เดิมที่ล้าสมัย ราคาถูกให้มีคุณค่าสมชื่อกับเครื่องสำอางสำหรับช่างแต่งหน้ามืออาชีพอย่างแท้จริง ความเป็นมาของภาพยนตร์โฆษณาชุดนี้เกิดจากความสนใจส่วนตัวของข้าพเจ้าที่มีความชอบในเรื่องของโฆษณาประเภทความงามจึงทำการศึกษาแบรนด์เครื่องสำอางที่มีความน่าจะเป็นที่ต้องมีการโฆษณาและพบว่า MTI เป็นแบรนด์ที่ควรที่จะได้รับการเปลี่ยนแปลงทางด้านภาพลักษณ์มากที่สุด รูปแบบของภาพยนตร์โฆษณาชุดนี้เป็น Branding Film ที่มีความยาวไม่เกิน 2 นาที โดยการเปรียบเปรยกับภาพวาด Masterpiece ที่มีชื่อเสียงและถ่ายทอดออกมาผ่านการเต้น Contemporary เพื่อแสดงออกถึงศิลปะแขนงต่างๆรวมกันเป็น Performance ที่เป็นจุดประสงค์ของ MTI ที่เป็นเครื่องสำอางสำหรับการแสดงโดยเฉพาะ สิ่งที่แสดงถึงเครื่องสำอาง MTI คือ การแต่งหน้านักแสดงให้สอดคล้องกับภาพวาด Masterpiece

## กิตติกรรมประกาศ

การผลิตภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้จะลุล่วงไม่ได้หากไม่มีผู้สนับสนุนทั้งคำแนะนำ ความช่วยเหลือ ข้อชี้แนะอันเป็นประโยชน์ต่อข้าพเจ้า

ขอขอบคุณ นายจักรกฤษณ์ และ นางสาวรุณี หวังพัฒนศิริกุล นางสาว วิณา คุ่มทรัพย์ ครอบครัวของข้าพเจ้า ที่คอยสนับสนุน ในคำแนะนำ เป็นกำลังใจ และ ช่วยเหลือข้าพเจ้า

ขอขอบคุณ อาจารย์ มนตรี วัดละเอียด และ ทีมช่างแต่งหน้าของ MTI ที่ให้ข้อมูลในการศึกษา และ ความให้ช่วยเหลือในการแต่งหน้าในวันถ่ายทำ

ขอขอบคุณ คุณทัชชา โกศลประภา ผู้ออกแบบท่าเต้น ที่ให้คำปรึกษาและช่วยเหลือข้าพเจ้าอีกหลายๆอย่าง ทำให้ข้าพเจ้าได้เกิดแรงบันดาลใจในการทำงาน

ขอขอบคุณ นักแสดงทุกท่านที่ตั้งใจและทุ่มเทให้กับภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้อย่างเต็มที่

ขอขอบคุณ คุณรัฐพล อักษรดี ผู้กำกับภาพ ที่ช่วยเหลือการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ และ แนะนำชี้แนะอันเป็นประโยชน์ต่อข้าพเจ้า

ขอขอบคุณ คุณธนาภฤต สุตาจิตร กล้องสอง และ ถ่ายภาพเบื้องหลัง ที่ช่วยเหลือข้าพเจ้าอย่างเต็มที่ และ ให้คำปรึกษาอันเป็นประโยชน์แก่ข้าพเจ้า

ขอขอบคุณ คุณพรรณโรจน์ โฆสิตสกุล บริษัท แบรินด์ ลิงค์ จำกัด ที่เอื้อเฟื้ออุปกรณ์ถ่ายทำให้แก่ข้าพเจ้า และ คุณวรรณภรณ์ เทศพานิช ที่คอยประสานงานให้แก่ข้าพเจ้า

ขอขอบคุณ คุณป๊อป เอกสิทธิ์ ผู้ทำเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายให้แก่นักแสดง

ขอขอบคุณ คุณรัชต พันธุ์พยัคฆ์ ผู้กำกับศิลป์ และทีม

ขอขอบคุณ คุณศุภวุฒิ สุพรรณสวัสดิ์ ผู้ช่วยผู้กำกับ ที่ช่วยเหลือแนะนำข้าพเจ้าให้การถ่ายทำลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบคุณ คุณชัชวรินทร์ คล้ายนาค นางสาวชนะใจ ต้นไทรทอง และ บริษัทจอยลักคัลป์ พิล์มเฮาส์ กำจัด สำหรับคำแนะนำ ความช่วยเหลือเอื้อเฟื้อ ที่เป็นประโยชน์ต่อข้าพเจ้า

ขอขอบคุณ คุณดวงหทัย บุญเสริม ผู้ตัดต่อที่ช่วยตัดต่อ เรียบเรียงให้แก่ข้าพเจ้า

ขอขอบคุณ บริษัท เจียงใหม่ โปสต์โปรดักชั่น จำกัด ที่เอื้อเฟื้อห้องตัดต่อให้แก่ข้าพเจ้า

ขอขอบคุณ คุณกิตติพงษ์ อยู่โย คุณธันวิทย์ เจียรทรัพย์ไพบูลย์ และ บริษัท Positive4 จำกัด ที่ช่วยตัดต่อ เรียบเรียงภาพยนตร์โฆษณาชิ้นนี้ให้ข้าพเจ้าอย่างสมบูรณ์

ขอขอบคุณ คุณชัยวัฒน์ โข้วทะเล ผู้ทำคอมพิวเตอร์กราฟฟิก

ขอขอบคุณ บริษัท Samyuan3D ผู้ทำคอมพิวเตอร์กราฟฟิก

ขอขอบคุณ บริษัท Wild at Heart ผู้ผลิตเพลงและเสียงประกอบภาพยนตร์ให้แก่ข้าพเจ้า

ขอขอบคุณ เพื่อนๆ ของข้าพเจ้า ที่ช่วยเหลือข้าพเจ้าอย่างเต็มที่

## สารบัญ

		หน้า
	บทคัดย่อ.....	ก
	กิตติกรรมประกาศ.....	ข
	สารบัญ .....	ค
	สารบัญภาพประกอบ.....	จ
บทที่		
1	บทนำ.....	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ.....	1
	วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	2
	ขอบเขตของโครงการ.....	2
	ลักษณะของโครงการ.....	2
	วิธีการดำเนินงาน.....	2
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
2	การศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูล.....	4
	ข้อมูลภูมิหลังของแบรนด์ MTI.....	4
	สินค้า ราคา การจัดจำหน่าย และ ช่องทางการตลาด ของแบรนด์ MTI.....	7
	กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย.....	9
	ศึกษาและวิเคราะห์ SWOT ของแบรนด์ MTI.....	9
	การพัฒนากลยุทธ์ในการสร้างสรรค์ ( Creative Strategy ).....	10
	ภาพยนตร์หรือภาพยนตร์โฆษณาที่เป็นแรงบันดาลใจ.....	12
	ค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับศิลปะภาพวาดระดับ masterpeice.....	15
3	แนวทางการสร้างสรรค์.....	16
	แนวความคิดหลักในภาพยนตร์โฆษณา ( Big Idea ).....	16
	วิธีการนำเสนอผ่านบอร์ดภาพ ( Storyboard ).....	16
4	ขั้นตอนการทำงาน.....	33
	ขั้นตอนก่อนการถ่ายทำภาพยนตร์.....	33
	ขั้นตอนการถ่ายทำภาพยนตร์.....	58
	ขั้นตอนหลังการถ่ายทำภาพยนตร์.....	63

	หน้า
5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ .....	71
บรรณานุกรม.....	73
ประวัติผู้เขียน.....	74

## สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่		หน้า
2.1	การสัมภาษณ์ อาจารย์ มนตรี วัดละเอียด ครูใหญ่โรงเรียนสอนแต่งหน้า MTI.....	5
2.2	โลโก้ของแบรนด์ MTI.....	6
2.3	ภาพเครื่องสำอาง MTI.....	7
2.4	รายการบิวตี้ทูเดย์ ช่อง S Channel .....	8
2.5	จอย รินลณี พิธีชนเตอร์ของแบรนด์เครื่องสำอาง MTI .....	9
2.6	ภาพยนตร์โฆษณา Pub Makeup L’Oréal .....	12
2.7	ภาพยนตร์โฆษณา LOréal Color Riche.....	12
2.8	Mayberlline Brand Video 2017.....	13
2.9	ภาพยนตร์ประกอบเพลง God is a woman ของศิลปิน Ariana Grande .....	14
2.10	ภาพเขียน The Birth of Venus.....	15
4.1	Timeline ของเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา MTI.....	33
4.2	ภาพนักแสดงที่รับบทเป็นวินัส ( นางสาว ไอริส อทรโกมลย์สุด ).....	34
4.3	ภาพนักแสดงที่รับบทเป็นเทพลมชาย ( นาย มีชัย สีหาราช ).....	34
4.4	ภาพนักแสดงที่รับบทเป็นเทพลมหญิง ( นางสาว สปันนา ปิยแสงเจริญ ).....	35
4.5	ภาพนักแสดงที่รับบทเป็นเทพพฤษษา ( Camille Yvonne Cather ).....	35
4.6	ภาพนักแสดงที่รับบทเป็นบริวารของเทพพฤษษา .....	36
4.7	ภาพนักแสดงบทวินัสซ้อมเต้นวันแรก .....	37
4.8	ภาพนักแสดงบทเทพลมซ้อมเต้นวันแรก .....	37
4.9	ภาพนักแสดงทุกคนซ้อมเต้นรวมวันที่สอง.....	37
4.10	ภาพตัวอย่างเครื่องแต่งกายแบบกรีก .....	38
4.11	ภาพชุดของวินัสที่สั่งตัด.....	39
4.12	ภาพตัวอย่างเครื่องแต่งกายของเทพลมชาย และ เทพลมหญิง .....	40
4.13	ภาพเครื่องแต่งกายของเทพลมชายและเทพลมหญิง .....	40
4.14	ภาพตัวอย่างเครื่องแต่งกายของเทพพฤษษาและบริวาร .....	41
4.15	ภาพเครื่องแต่งกายของเทพพฤษษาและบริวาร.....	41
4.16	ภาพตัวอย่างการแต่งหน้าของวินัส .....	42
4.17	ภาพตัวอย่างการแต่งหน้าของวินัสสีขา.....	42
4.18	ภาพตัวอย่างการทำผมของวินัส.....	43
4.19	ภาพตัวอย่างการแต่งหน้าของเทพลม.....	44
4.20	ภาพตัวอย่างการทำผมของเทพลมชาย .....	44
4.21	ภาพตัวอย่างการทำผมของเทพลมหญิง .....	45
4.22	ภาพตัวอย่างการแต่งหน้าของเทพพฤษษาและบริวาร .....	45

4.23	ภาพตัวอย่างการแต่งตาของเทพพฤษยาและบริวาร.....	46
4.24	ภาพตัวอย่างการทำผมของเทพพฤษยาและบริวาร .....	46
4.25	ภาพการออกแบบฉากบ่อน้ำของวินัส.....	47
4.26	ภาพบ่อน้ำของวินัสในวันถ่ายทำ.....	47
4.27	ภาพการออกแบบฉากป่าของเทพพฤษยา.....	48
4.28	ภาพฉากป่าของเทพพฤษยาในวันถ่ายทำ .....	48
4.29	ภาพฉากการเดินร้านบนท้องฟ้าจากภาพยนตร์เรื่อง LaLaLand .....	49
4.30	ภาพฉากจบภาพเขียน The Birth of Venus.....	49
4.31	ภาพฉากภาพเขียน The Birth of Venus.....	50
4.32	ภาพสถานที่ถ่ายทำ Up Studio.....	50
4.33	ภาพมุมกล้อง close up จากภาพยนตร์โฆษณา MTI.....	51
4.34	ภาพมุมกล้อง long shot จากภาพยนตร์โฆษณา MTI.....	51
4.35	ภาพมุมกล้อง medium shot จากภาพยนตร์โฆษณา MTI.....	52
4.36	ภาพ storyboard ถ่ายทำในวันที่ 6 พฤษภาคม 2562.....	52
4.37	ภาพ storyboard ถ่ายทำในวันที่ 10 พฤษภาคม 2562.....	54
4.38	ภาพการถ่ายทำฉากจบวันแรก .....	58
4.39	ภาพการถ่ายทำวินัสวันแรก.....	59
4.40	ภาพการถ่ายทำเทพลมวันแรก.....	59
4.41	ภาพการถ่ายทำฉากป่าของเทพพฤษยา.....	59
4.42	ภาพการถ่ายทำวันที่สอง ฉากวินัสสี่ขา.....	60
4.43	ภาพการถ่ายทำฉากบ่อน้ำสี่ขา .....	61
4.44	ภาพการถ่ายทำวันที่สอง .....	61
4.45	ภาพการถ่ายทำฉากเทพลมวันที่สอง .....	61
4.46	ภาพการถ่ายทำวันที่สอง .....	62
4.47	ภาพฉากของการถ่ายทำวันที่สอง .....	62
4.48	ภาพการทำคอมพิวเตอร์กราฟฟิกผิวของวินัส.....	64
4.49	ภาพพื้นหลังเทคนิคพิเศษของฉากวินัส.....	64
4.50	ภาพตัวอย่างก่อนทำเทคนิคพิเศษของฉากเทพลม.....	65
4.51	ภาพตัวอย่างก่อนทำเทคนิคพิเศษของฉากเทพลมแบบเต็มตัว .....	65
4.52	ภาพพื้นหลังเทคนิคพิเศษของฉากเทพลมแบบครึ่งตัว .....	66
4.53	ภาพพื้นหลังเทคนิคพิเศษของฉากเทพลมแบบเต็มตัว .....	66
4.54	ภาพตัวอย่างก่อนทำเทคนิคพิเศษฉากป่าของเทพพฤษยา.....	67
4.55	ภาพเทคนิคพิเศษฉากป่าของเทพพฤษยา.....	67
4.56	ภาพเทคนิคพิเศษฉากป่าของเทพพฤษยา.....	67
4.57	ภาพการเปรียบเทียบก่อนหลังการทำเทคนิคพิเศษของเทพลม .....	68
4.58	ภาพเทพลมหลังทำเทคนิคพิเศษในฉากจบ.....	68

4.59 ภาพจบของภาพยนตร์โฆษณา MTI..... 69

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ

การสร้างสรรค์ภาพยนตร์โฆษณาชิ้นนี้เกิดจากความสนใจในภาพยนตร์โฆษณาประเภทผลิตภัณฑ์เพื่อความงามของข้าพเจ้า ข้าพเจ้าต้องการศึกษาและสร้างสรรค์รูปแบบการนำเสนอที่ต่างไปจากการขายผลิตภัณฑ์โดยตรงเพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างภาพลักษณ์ให้กับแบรนด์ ข้าพเจ้าจึงได้ทำการค้นคว้าหาข้อมูลแบรนด์เครื่องสำอางที่จำเป็นต้องมีการโฆษณา และพบว่าเครื่องสำอางแบรนด์ MTI มีคุณสมบัติที่เหมาะสมกับการศึกษาของข้าพเจ้า ข้าพเจ้าต้องการที่จะสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับ MTI จึงได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับแบรนด์ MTI หรือ MTI The Professional Makeup เพื่อสร้างภาพยนตร์โฆษณาที่จะสามารถแก้ปัญหาสถานะช่วงตกต่ำของแบรนด์นี้เพื่อนำเสนอข้อมูลและกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ต่อผู้บริโภคให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ข้าพเจ้าได้ทำการศึกษาและค้นคว้าหาข้อมูลเกี่ยวกับแบรนด์เครื่องสำอาง MTI รวมถึงศึกษาวิเคราะห์ทางการตลาดของ MTI ทำให้พบว่า MTI เป็นเครื่องสำอางสำหรับช่างแต่งหน้ามืออาชีพหรือเมคอัพอาร์ทิสต์ที่ผลิตขึ้นมาเพื่ออุตสาหกรรมบันเทิงโดยเฉพาะ แต่ด้วยอายุแบรนด์ที่มีมากกว่า 30 ปี รวมถึงการไม่ปรับตามยุคสมัยไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือการโฆษณาทำให้ MTI มีภาพลักษณ์ที่ดูเชยล้าสมัย นอกจากนี้ในปัจจุบันผู้บริโภคมีแบรนด์เครื่องสำอางมากมายให้เลือกใช้ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างดี

เนื่องจาก MTI เป็นเครื่องสำอางที่สร้างขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของช่างแต่งหน้าที่ต้องการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะมากกว่าการแต่งหน้าทั่วไป เหมือนการวาดเขียนบนใบหน้า จึงเกิดแนวคิดที่จะเปรียบเทียบการแต่งหน้าเหมือนการเขียนรูปบนผืนผ้าใบ ข้าพเจ้าจึงเลือกที่จะสร้างผลงานที่เลียนแบบภาพวาดชื่อดังเพื่อสื่อว่า MTI เปรียบเสมือนสีและพู่กันที่สร้างผลงานระดับ masterpiece ให้ผู้ใช้ที่เปรียบเสมือนอาร์ทิสต์

ภาพยนตร์โฆษณาชุดนี้นำเสนอรูปแบบของ Branding Film การสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้เครื่องสำอาง MTI ให้มีคุณค่าสมราคาและประสิทธิภาพของสินค้า มีความทันสมัย เป็นศิลปะ และนำจุดเด่นของ MTI มาสร้างความโดดเด่นให้กับภาพลักษณ์แบรนด์ เพื่อทำให้แบรนด์ MTI กลับมาเป็นที่รู้จักและเปลี่ยนมุมมองของผู้บริโภคที่มีต่อแบรนด์

## วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. สร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับแบรนด์ MTI
2. เพื่อสร้างงานออกแบบกำกับศิลป์ เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ชม
3. เพื่อศึกษาภาพยนตร์โฆษณาประเภทความงาม

## ขอบเขตของโครงการ

ภาพยนตร์โฆษณา 1 ชุด

Branding film ประเภทสื่อออนไลน์ ความยาวไม่เกิน 2 นาที

## ลักษณะของโครงการ

ภาพยนตร์โฆษณาเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์เครื่องสำอาง MTI 1 ชุด โดยการสร้างผลงานที่เลียนแบบองค์ประกอบของภาพวาด masterpiece จากภาพเขียนชื่อดัง The Birth of Venus เนื้อเรื่องในภาพวาดจะถ่ายทอดผ่านการเดิน Contemporary ผลงานการสร้างสรรค์การแต่งหน้าของ MTI จะปรากฏอยู่บนใบหน้าของตัวแสดง

## วิธีการดำเนินงาน

### 1. PRE-PRODUCTION

- 1.1 ศึกษาข้อมูลเนื้อหาเกี่ยวกับเครื่องสำอาง MTI
- 1.2 รวบรวมข้อมูลที่ศึกษาไว้มาวิเคราะห์เพื่อสร้างแนวความคิดของแบรนด์
- 1.3 สร้างแนวความคิดแตกย่อยภาพยนตร์โฆษณา
- 1.4 การวางแผนความคิดในการออกแบบโฆษณา
- 1.5 ค้นหาตัวอย่างหรือแรงบันดาลใจของ Mood and Tone, Concept art และ

ออกแบบงานทั้งหมดให้เข้ากับภาพยนตร์โฆษณา

- 1.6 การพัฒนาเป็นบทบาท Storyboard
- 1.7 ศึกษาความเป็นไปได้และวิธีการถ่ายทำ
- 1.8 ค้นหาและคัดเลือกนักแสดงให้ตรงตาม concept
- 1.9 คิดท่าเต้นให้สอดคล้องกับเรื่องราว ซ้อมเต้นนักแสดง
- 1.10 สำรองและจัดเตรียมพื้นที่ในการถ่ายทำ
- 1.11 วางแผนการถ่ายทำ จัดตารางการถ่ายทำ

## 2. PRODUCTION

- 2.1 เตรียมฉากและงานสร้างให้พร้อมในการถ่ายทำ
- 2.2 เตรียมอุปกรณ์การถ่ายทำ
- 2.3 ผลิตเพลงเพื่อใช้ในการถ่ายทำ
- 2.4 ถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา

## 3. POST-PRODUCTION

- 3.1 ลำดับภาพแบบหยาบ เรียงตามลำดับเหตุการณ์
- 3.2 ลำดับภาพละเอียดตามรูปแบบการนำเสนอของภาพยนตร์โฆษณา
- 3.3 ตรวจสอบการลำดับภาพ
- 3.4 ปรับแต่งสี
- 3.5 การสร้างเทคนิคพิเศษ Computer Graphic
- 3.6 ปรับแต่งเสียง ใส่ข้อความ และ โลโก้แบรนด์ MTI
- 3.7 การผสมเสียง Sound Mixing

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับแบรนด์ MTI ให้ดูทันสมัย มีคุณค่าสมราคา
2. เปลี่ยนมุมมองของผู้บริโภคที่มีต่อแบรนด์และรับรู้คุณภาพของแบรนด์ MTI
3. สร้างความประทับใจให้กับผู้ชม

## บทที่ 2

### การศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูล

ในกระบวนการผลิตภาพยนตร์โฆษณาต้องมีการค้นคว้าข้อมูลเพื่อที่จะนำมาศึกษาวิเคราะห์ และสรุปผลเพื่อสร้างแนวความคิดและนำไปพัฒนาต่อเป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นในภาพยนตร์โฆษณา ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะสื่อสารกับผู้บริโภค ข้าพเจ้ามีความสนใจที่จะผลิตภาพยนตร์โฆษณาเกี่ยวกับ ความงาม ในรูปแบบที่ดูเหนือจริง เน้นศิลปะ เพื่อสะท้อนภาพลักษณ์ของ MTI ได้อย่างมี ประสิทธิภาพ ข้าพเจ้าค้นคว้าหาข้อมูลและข้อเท็จจริงของแบรนด์ จากหนังสือ อินเทอร์เน็ต และ การสัมภาษณ์ อ.พรรณอร แสงอาทิตย์ ผู้อำนวยการ และ อ.มนตรี วัตละเอียด ครูใหญ่ ของ โรงเรียนสอนศิลปการแต่งหน้า MTI ( Makeup Technique International School ) เพื่อจะได้นำข้อมูลมาใช้ในการสร้างภาพยนตร์โฆษณา MTI โดยแบ่งเป็น 7 ส่วนดังนี้

1. ข้อมูลภูมิหลังของแบรนด์ MTI
2. สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และ ช่องทางการตลาด ของแบรนด์ MTI
3. กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
4. ศึกษาและวิเคราะห์ SWOT ของแบรนด์ MTI
5. การพัฒนากลยุทธ์ในการสร้างสรรค์ ( Creative Strategy )
6. ภาพยนตร์หรือภาพยนตร์โฆษณาที่เป็นแรงบันดาลใจ
7. ค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับศิลปะภาพวาดระดับmasterpeice

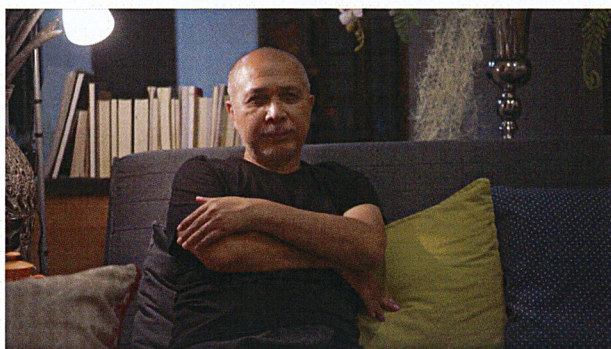
#### 1.ข้อมูลภูมิหลังของแบรนด์ MTI

##### 1.1 การสัมภาษณ์ อ.มนตรี วัตละเอียด

การสัมภาษณ์ อ.มนตรี วัตละเอียด ครูใหญ่ โรงเรียนสอนศิลปการแต่งหน้า MTI (วันที่ 19 สิงหาคม 2561 ) เกี่ยวกับโรงเรียนสอนแต่งหน้า MTI

##### 1.2 การสัมภาษณ์ อ.พรรณอร แสงอาทิตย์

การสัมภาษณ์ผู้อำนวยการ พรรณอร แสงอาทิตย์ ของ โรงเรียนสอนศิลปการแต่งหน้า MTI (วันที่ 23 สิงหาคม 2561 ) เกี่ยวกับความเป็นมาและจุดเริ่มต้นของเครื่องสำอาง MTI



ภาพที่ 2.1 การสัมภาษณ์ อาจารย์ มนตรี วัดละเอียด ครูใหญ่โรงเรียนสอนแต่งหน้า MTI

### 1.3 MTI หรือ MAKEUP TECHNIQUE INTERNATIONAL CO., LTD

MTI คือโรงเรียนสอนแต่งหน้าแห่งแรกในประเทศไทยที่ก่อตั้งขึ้นในปี 2525 โดยบริษัทในเครือขายสหพัฒนพิบูลซึ่งเป็นบริษัทที่มีประสบการณ์ทางด้านเครื่องสำอางและการแต่งหน้า มีผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์การทำงานในวงการเสริมสวยและเครื่องสำอางเป็นผู้ดำเนินการ เป็นผู้ริเริ่มนำเทคนิคใหม่ๆจาก Hollywood ประเทศสหรัฐอเมริกา มาใช้ในการสอนและได้มีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้เหมาะสมกับโครงสร้างใบหน้าและสภาพผิวของคนเอเชีย

นอกจากนี้ MTI ยังเป็นผู้จำหน่ายเครื่องสำอางค์ MTI ผ่านศูนย์จำหน่ายทั่วประเทศกับคุณภาพที่เหนือกว่าราคา เครื่องสำอาง MTI เกิดขึ้นหลังจาก โรงเรียนสอนแต่งหน้า MTI เปิดตัวได้ 7 ปี โดยจุดประสงค์ที่สร้างขึ้นเพื่อเป็นเครื่องสำอางที่ใช้ในการเรียนการสอนเท่านั้น ต่อมาเมื่อช่างแต่งหน้าหลายคนที่ได้ผ่านการเรียนจาก MTI นำเครื่องสำอางไปใช้ในการประกอบอาชีพ เครื่องสำอาง MTI กลายเป็นที่สนใจของเหล่า นางเอก นางงาม หลายคน ที่ได้ใช้เครื่องสำอางโดยตรง จึงกลายเป็นจุดเริ่มต้นของการขายเครื่องสำอาง MTI สู่ตลาดประเทศไทย ด้วยคำพูดปากต่อปาก ส่งผลสินค้าได้รับความนิยมอย่างมากในวงการบันเทิงช่วงนั้น

ในปัจจุบันมีเครื่องสำอางแบรนด์ใหม่เกิดขึ้นมากมายทำให้ MTI กลายเป็นแบรนด์ที่คนมองว่า แก่ เซย เพราะไม่มีการพัฒนาตามยุคสมัย

จากการสัมภาษณ์บุคลากรของ MTI ทั้งสองท่านข้าพเจ้ามีความเห็นว่าบุคลากรทั้งสองท่านมีความคิดเห็นที่ต่างกันเกี่ยวกับแบรนด์ MTI อ. มนตรี ครูใหญ่ของโรงเรียนสอนแต่งหน้า MTI ให้สัมภาษณ์ว่าท่านต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงแบรนด์ให้มีภาพลักษณ์ที่ทันสมัยมากขึ้นรวมถึงรูปแบบการโปรโมทผ่านทางสื่อต่างๆ เพื่อที่จะพัฒนาให้ MTI กลับมาเป็นแบรนด์ชั้นนำในตลาดอีกครั้ง ในขณะที่ อ.พรณอร ผู้อำนวยการ มีความคิดเห็นว่า MTI ไม่จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลง เพราะ MTI สามารถอยู่ได้ด้วยผู้รักดีต่อแบรนด์ อย่างเช่น นักเรียน หรือ ช่างแต่งหน้าที่จบจาก

โรงเรียนสอนแต่งหน้า MTI อีกทั้งยังมีเครื่องสำอางสำหรับการแต่งหน้าเทคนิคพิเศษที่มีจำหน่าย  
แค่ MTI ที่เดียวในประเทศไทย



ภาพที่ 2.2 โลโก้ของแบรนด์ MTI

ที่มา : เครื่องสำอาง MTI at Beauty Station[ออนไลน์], สืบค้น 23 สิงหาคม 2561. เข้าถึงได้จาก  
<https://www.facebook.com/1140828392623491/photos/a1141262842580046/1141352102571120/?type=1&theater>

จากการสัมภาษณ์บุคลากรของ MTI ทั้งสองท่านข้าพเจ้ามีความเห็นว่าบุคลากรทั้งสองท่าน  
มีความคิดเห็นที่ต่างกันเกี่ยวกับแบรนด์ MTI อ.มนตรี ครูใหญ่ของโรงเรียนสอนแต่งหน้า MTI  
ให้สัมภาษณ์ว่าท่านต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงแบรนด์ให้มีภาพลักษณ์ที่ทันสมัยมากขึ้นรวมถึงรูป  
แบบการโปรโมทผ่านทางสื่อต่างๆ เพื่อที่จะพัฒนาให้ MTI กลับมาเป็นแบรนด์ชั้นนำในตลาดอีก  
ครั้ง ในขณะที่ อ.พรรณอร ผู้อำนวยการ มีความคิดเห็นว่า MTI ไม่จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลง  
เพราะ MTI สามารถอยู่ได้ด้วยผู้รักดีต่อแบรนด์ อย่างเช่น นักเรียน หรือ ช่างแต่งหน้าที่จบจาก  
โรงเรียนสอนแต่งหน้า MTI อีกทั้งยังมีเครื่องสำอางสำหรับการแต่งหน้าเทคนิคพิเศษที่มีจำหน่าย  
แค่ MTI ที่เดียวในประเทศไทย

<sup>1</sup> MTI. MTI Catalogue.กรุงเทพมหานคร : MTI, 2560

## 2. สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และ ช่องทางการตลาด ของแบรนด์ MTI

### 2.1 สินค้าของ MTI

สินค้าของ MTI เป็นเครื่องสำอางที่ถูกพัฒนามาใช้ในการเรียนการสอนในโรงเรียนสอนแต่งหน้าของตัวเอง ได้ถูกวิจัยและศึกษามาจากประเทศสหรัฐอเมริกาแต่ได้มีการนำมาปรับปรุงให้มีคุณภาพเหมาะสมกับสภาพผิวและสภาพอากาศของคนเอเชีย เป็นเครื่องสำอางสำหรับช่างแต่งหน้ามืออาชีพและคนทั่วไป ก็สามารถใช้ได้ในชีวิตประจำวันเช่นกัน นิยมใช้ในกองถ่ายทำภาพยนตร์ ละคร กองประกวดนางงาม จนเป็นที่ยอมรับในหมู่ ดารา นางงาม นางแบบ และผู้บริโภค โดยตรง สินค้ามีคุณภาพสูงในราคา 100 บาท ไปจนถึง 3,000 บาท



ภาพที่ 2.3 ภาพเครื่องสำอาง MTI

ที่มา : กานต์สิริ หวังพัฒนศิริกุล

### 2.2 ช่องทางการจัดจำหน่าย

MTI มีการจัดจำหน่ายสินค้า 3 รูปแบบ ได้แก่

จำหน่ายผ่านหน้าร้านของตัวเอง ทั้งหมด 6 สาขา และ เคาร์ทเตอร์ในห้างสรรพสินค้า 5 สาขา

จำหน่ายผ่านการกระจายสินค้าโดยรับตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศ

จำหน่ายผ่านออนไลน์ สั่งซื้อหน้าเว็บไซต์ และจัดส่งผ่านทางไปรษณีย์

### 2.3 ราคาสินค้า

ราคาสินค้าของ MTI มีราคาเริ่มต้นที่ 120 บาท ไปจนถึง 2,300 บาท ราคาของสินค้าขึ้นอยู่กับ ประเภท ขนาด และ ปริมาณของสินค้า MTI มีราคาเทียบเท่า Oriental Princess, Maybelline และ Revlon ในขณะที่มีราคา สูงกว่า Mistine, Sichan, Za และ Tellme มีการจัดโปรโมชั่นส่วนลดเมื่อสั่งซื้อหน้าเว็บไซต์ เช่น ซื้อ1แถม1 หรือการจับคู่สินค้า ราคาพิเศษ ช่องทางการชำระเงินสามารถชำระได้ 3 วิธีได้แก่ เงินสด บัตรเครดิต และ โอนเงิน

## 2.4 การส่งเสริมทางการตลาด

MTI ใช้การโฆษณาผ่านนิตยสารหรือหนังสือในอดีต ในปัจจุบันมีการปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัย โดยการ โพรโมทผ่านสื่อโซเชียลมีเดียอย่าง เฟสบุ๊ค ยูทูป และ เว็บไซต์ นอกจากนี้ยังมีรายการ Beauty Today รายการสอนแต่งหน้าของตัวเองทางช่องเคเบิล S channel



ภาพที่ 2.4 รายการบิวตี้ทูเดย์ ช่อง S Channel

ที่มา : MTI Beauty Channel. [MTI Beauty ChannelPage Post \[ออนไลน์\]](https://www.youtube.com/watch?v=FoFg9A6FYX4), สืบค้น 23 สิงหาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.youtube.com/watch?v=FoFg9A6FYX4>

การโปรโมทหลักของ MTI คือการเป็นผู้สนับสนุนงานประกวดนางงาม การประกวดดาวเดือน และ โครงการทูปีนัมเบอร์วัน เพื่อเป็นการนำเสนอสินค้าผ่านการแต่งหน้าสู่สายตาผู้ชมโดยตรง การโปรโมทเครื่องสำอางอีกช่องทางหนึ่งคือ ฟรีเซนเตอร์ จอย รินลณี ได้เป็นฟรีเซนเตอร์ให้กับ MTI ตั้งแต่ปี 2555 มีการโปรโมทผ่านทางภาพยนตร์โฆษณา วิดีโอรีวิวสินค้า นิตยสาร มากมาย จนถึงปัจจุบัน และ มีการออกแบบคอลเลคชั่นพิเศษของเครื่องสำอางภายใต้ชื่อ จอย คอลเลคชั่น



ภาพที่ 2.4 จอย รินลณี พิธีเซนต์เตอร์ของแบรนด์เครื่องสำอาง MTI  
ที่มา : [MTI The Professional Makeup \[ออนไลน์\]](https://www.facebook.com/mtimakeup/photos/a.158507654184958/1120769474625433/?type=3&theater), สืบค้น 23 สิงหาคม 2561. เข้าถึงได้จาก  
<https://www.facebook.com/mtimakeup/photos/a.158507654184958/1120769474625433/?type=3&theater>

### 3. กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

#### 3.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก

เมคอัพอาร์ทิสต์หรือช่างแต่งหน้ามืออาชีพที่มีบทบาทหน้าที่ในวงการบันเทิงเป็นได้ทั้งเพศหญิงและเพศชาย อายุ 20 ปีขึ้นไปจนถึงอายุ 50 ปี เช่น การแต่งหน้าใน ภาพยนตร์ ละคร แฟชั่น หรือ การประกวดนางงาม รวมถึงคนที่ประกอบอาชีพเป็นช่างแต่งหน้า

#### 3.2 กลุ่มเป้าหมายรอง

ผู้หญิงอายุ 20 – 35 ปี ที่ชอบการแต่งหน้าแบบจัดจ้าน ต้องการเครื่องสำอางที่ติดทน มีสีสันจัดจ้านที่ต่างไปจากเครื่องสำอางแบรนด์อื่นๆ

### 4. ศึกษาและวิเคราะห์ SWOT ของแบรนด์ MTI

#### 4.1 จุดแข็งของเครื่องสำอาง MTI

เป็นเครื่องสำอางระดับมืออาชีพโดยบริษัทใน เครือข่ายสหพัฒนาพิบูลย์ที่เริ่มต้นจากโรงเรียนสอนแต่งหน้าแห่งแรกของประเทศไทยที่รับรองโดยกระทรวงศึกษาธิการ

<sup>2</sup> สินค้า ราคา ช่องทางการจำหน่าย และ ช่องทางการส่งเสริมทางการตลาดของ MTI [ออนไลน์], สืบค้น 23 สิงหาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.mti.co.th/>

## 4.2 จุดอ่อนของเครื่องสำอาง MTI

เครื่องสำอางที่มีอายุมากกว่า 30 ปี แต่ไม่มีการปรับภาพลักษณ์แบรนด์หรือสินค้าใหม่ ทำให้มีภาพลักษณ์ที่เชย ดูมีอายุ ทำให้กลายเป็นแบรนด์เครื่องสำอางที่ถูกกลืน

## 4.3 โอกาสของเครื่องสำอาง MTI

มีโรงเรียนสอนแต่งหน้าเป็นของตัวเองทำให้ นักเรียนและช่างแต่งหน้ายังคงซื้อเครื่องสำอางของ MTI อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ MTI ยังมีบทบาทหน้าที่ในวงการบันเทิงไทยจึงทำให้ ดารา นักแสดง นางงาม มีโอกาสได้ใช้ ผลลัพธ์จริงและเกิดการบอกปากต่อปาก

## 4.4 อุปสรรคของ MTI

ยุคสมัยที่เปลี่ยนไปตามกระแสและเครื่องสำอางแบบใหม่เกิดขึ้นเสมอ เช่น การแต่งหน้า แนวฝรั่ง เกาหลี หรือ เครื่องสำอางแนวใหม่อย่าง คิวชั่น ที่เป็นรองพื้นในรูปแบบตลับ MTI ไม่เคยปรับตัวตามกระแสและยังคงรูปแบบเดิมอยู่จนปัจจุบัน

## 5. การพัฒนากลยุทธ์ในการสร้างสรรค์ ( Creative Strategy )

### 5.1 Primary Problem

MTI ไม่พัฒนาภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้เข้ากับยุคสมัย รวมถึงรูปแบบการนำเสนอผ่านช่องทางสื่อต่างๆของ MTI ไม่แสดงถึงภาพลักษณ์ของเครื่องสำอางเพื่อช่างแต่งหน้ามืออาชีพ หรือ การสร้างสรรค์ผลงานศิลปะ ทั้งที่บุคลากรช่างแต่งหน้าแนวหน้าของประเทศไทยนั้นใช้เครื่องสำอาง MTI เพื่อสร้างผลงานในอุตสาหกรรมบันเทิง ปัญหาหลักของ MTI คือการมีภาพลักษณ์แบรนด์ที่ไม่ได้แสดงถึงเครื่องสำอางสำหรับช่างแต่งหน้ามืออาชีพ

### 5.2 Communication objective เป้าหมายของการสื่อสาร

MTI ต้องสร้างภาพลักษณ์ใหม่ที่เหมาะสมกับชื่อ เครื่องสำอางสำหรับมืออาชีพ ให้มีคุณค่า มีความน่าเชื่อถือ และแสดงศักยภาพที่แท้จริงของแบรนด์ให้ผู้บริโภคได้รับรู้

### 5.3 Target market กลุ่มเป้าหมาย

5.3.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก เมคอัพพาร์ทติสหรือช่างแต่งหน้ามืออาชีพมีบทบาทหน้าที่ในวงการบันเทิงเป็นได้ทั้งเพศหญิงและเพศชาย อายุ 20 ปีขึ้นไปจนถึงอายุ 50 ปี เช่น การแต่งหน้าใน ภาพยนตร์ ละคร แฟชั่น หรือ การประกวดนางงาม รวมถึงคนที่ประกอบอาชีพช่างแต่งหน้า

5.3.2 กลุ่มเป้าหมายรอง ผู้หญิงอายุ 20 – 35 ปี ที่ชอบการแต่งหน้าแบบจัดจ้าน ต้องการเครื่องสำอางที่ติดทน มีสีสันทัดจ้านที่ต่างไปจากเครื่องสำอางแบรนด์อื่นๆ

### 35.4 Primary Competition คู่แข่งที่สำคัญ

เนื่องจากแบรนด์เครื่องสำอางมีจำนวนมากผู้วิจัยจึงเลือกแบรนด์ที่มีความใกล้เคียงกับ MTI ทางด้านจุดประสงค์ และ ราคา เพื่อวิเคราะห์คู่แข่งที่สำคัญ

#### 5.4.1 แบรนด์ที่ราคาและคุณภาพใกล้เคียงกับ MTI

Revlon, Covermark, bsc และ Oriental Princess

#### 5.4.2 แบรนด์ที่มีเครื่องสำอางค์ครบครันใกล้เคียงกับ MTI

Sephora, Loreal และ NYX

#### 5.4.3 แบรนด์ไทยที่มีความนิยมมากกว่า MTI

Mistine, Oriental Princess, Cutepress, Cosluxe, Beauty Cottage, Beauty Buffet, KMA, Mille, bsc

จากการวิเคราะห์แบรนด์ที่ผู้วิจัยพบที่มีความใกล้เคียงกับ MTI มากที่สุดคือ แบรนด์ L'Oréal, NYX และ Sephora ล้วนเป็นแบรนด์จากต่างประเทศทั้งสิ้น

### 5.5 Benefit / Promise / Claim ประโยชน์ที่นำเสนอ

เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ความน่าเชื่อถือมีมูลค่าให้กับแบรนด์ MTI ให้สมกับเครื่องสำอางสำหรับช่างแต่งหน้ามืออาชีพ และเปลี่ยนมุมมองของผู้บริโภคที่คิดว่า MTI เป็นเครื่องสำอางที่ไม่ได้มาตรฐานและอาจเป็นอันตรายต่อผู้ใช้ เพื่อแสดงศักยภาพที่แท้จริงของเครื่องสำอาง MTI ให้ผู้บริโภคได้รับรู้ และ มีความเป็นไปได้ที่จะมียอดขายที่เพิ่มขึ้น

### 5.6 Support / Reason-Why เหตุผลสนับสนุน

ในปัจจุบันสื่อต่างๆมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ผู้บริโภคเข้าถึงสื่อได้ง่ายกว่าในอดีต สังเกตได้ว่าสินค้าหรือแบรนด์ที่มีการโฆษณาในรูปแบบความคิดที่ต่างออกไปจากการนำเสนอสินค้าด้วยวิธีการขายตรง เน้นที่ภาพลักษณ์ และแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ของแบรนด์มักเป็นที่จดจำได้มากกว่าโฆษณาทั่วไปที่ต้องการขายสินค้าโดยตรง เพราะฉะนั้นการบอกตัวตนของ MTI ให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงศักยภาพที่แท้จริงผ่านทางภาพยนตร์โฆษณาสามารถปรับเปลี่ยนมุมมองของผู้บริโภคที่มีต่อ MTI ไปในทางที่ดีขึ้น

### 5.7 Personality / tone บุคลิกของสินค้าและโฆษณา

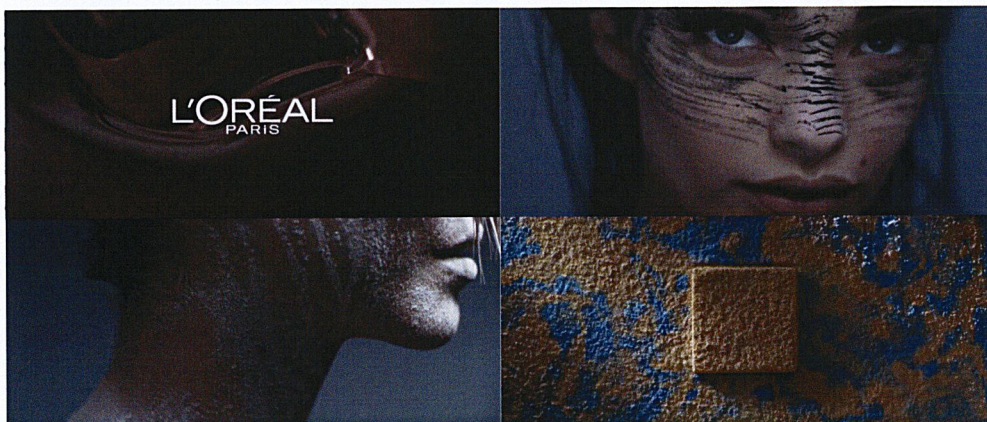
MTI แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าเป็นเครื่องสำอางสำหรับช่างแต่งหน้ามืออาชีพภายใต้คำว่า the professional makeup บุคลิกของ MTI แสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความน่าเชื่อถือ ความเป็นศิลปะที่สร้างสรรค์ผลงานการแต่งหน้าได้มากกว่าแบรนด์อื่นทั่วไป

<sup>3 3</sup> คู่แข่งที่สำคัญของ MTI. 10อันดับเครื่องสำอางยอดเยี่ยมที่สุดในโลก.[ออนไลน์] สืบค้นวันที่ 23 สิงหาคม 2561 เข้าถึงได้จาก<https://undubzapp.com/เครื่องสำอาง-ยอดเยี่ยมที่สุดในโลก/>

## 6. ภาพยนตร์หรือภาพยนตร์โฆษณาที่เป็นแรงบันดาลใจ

### 6.1 L'Oréal Branding Film

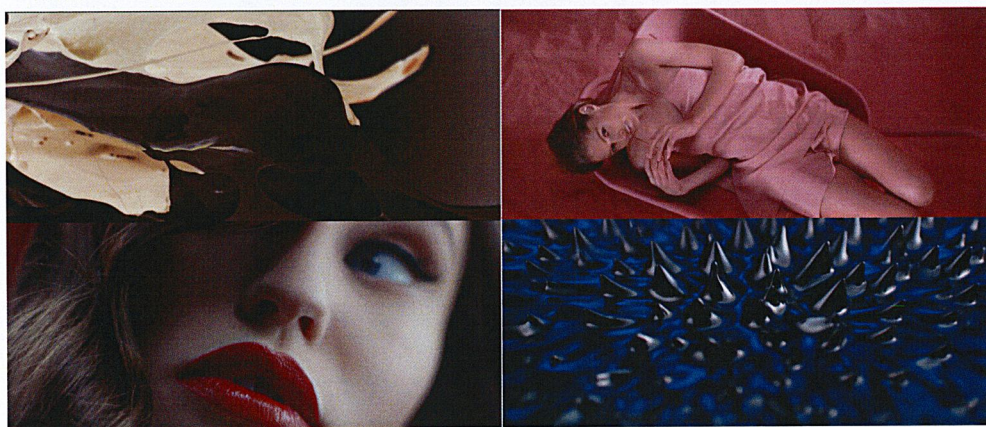
แสดงออกในเชิงศิลปะ เรียบหรู มีราคา โดยใช้เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยไม่เจาะจงไปที่อันใดอันหนึ่ง แต่เป็นภาพรวมที่แสดงถึงความเป็น L'Oréal มีความยาวถึง 4 นาที ซึ่งมากกว่าการโฆษณาสินค้าประเภทเครื่องสำอางทั่วไป



ภาพที่ 2.5 ภาพยนตร์โฆษณา Pub Makeup L'Oréal กำกับโดย Bruno Aveillan

ที่มา : [vimeo.com/Laurie Moncoq](https://vimeo.com/Laurie_Moncoq) . Pub Makeup - L'Oréal Paris

[ออนไลน์], สืบค้น 1 ตุลาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <https://vimeo.com/143025486>



ภาพที่ 2.6 ภาพยนตร์โฆษณา L'Oréal Color Riche กำกับโดย Bruno Aveillan

ที่มา : [vimeo.com/Harold Cut](https://vimeo.com/Harold_Cut) .Color Riche - L'Oréal Paris (Bruno Aveillan)

[ออนไลน์], สืบค้น 1 ตุลาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <https://vimeo.com/144732366>

## 6.2 Mayberlline Brand Video 2017

Mayberlline สามารถเข้าถึงผู้หญิงทั่วไปได้ทุกคน เน้นความสนุกสนาน ตื่นเต้น มีชีวิตชีวา สื่อว่าผู้หญิงทุกคนสามารถใช้ Mayberlline ได้ไม่ว่าจะต่างที่ สีผิว หรือเชื้อชาติ



ภาพที่ 2.7 ภาพยนตร์โฆษณา Mayberlline brand video 2017 กำกับโดย Sasie Sealy  
ที่มา : [vimeo.com/Santiago Gonzalez](https://vimeo.com/SantiagoGonzalez) . [Maybelline Brand Video 2017](https://vimeo.com/236631803) [ออนไลน์],  
สืบค้น 1 ตุลาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <https://vimeo.com/236631803>

### 6.3 Music Video God is a woman

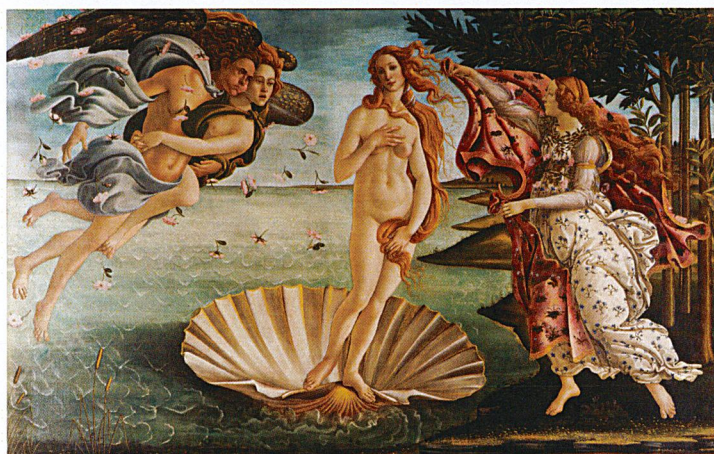
ภาพยนตร์ประกอบบทเพลงของศิลปิน Ariana Grande ที่สร้างสรรค์ผลงานผ่านภาพเขียนชื่อดังในประวัติศาสตร์ ประยุกคี่ให้เข้ากับยุคสมัย สื่อว่าผู้หญิงนั้นเป็นใหญ่ โดยเปลี่ยนจากภาพเขียนเพศชายให้กลายเป็นเพศหญิง ตามชื่อเพลงที่แปลว่า พระเจ้านั้นเป็นเพศหญิง กำกับโดย Dave Meyers



ภาพที่ 2.8 ภาพยนตร์ประกอบเพลง God is a woman ของศิลปิน Ariana Grande  
ที่มา : [youtube.com/ArianaGrande . Ariana Grande - God is a woman](https://www.youtube.com/watch?v=kHLHS1ExFis)  
[ออนไลน์], สืบค้น 1 ตุลาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.youtube.com/watch?v=kHLHS1ExFis>

## 6. ค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับศิลปะภาพวาดระดับmasterpeice

<sup>4</sup>The Birth of Venus เขียนขึ้นโดย Sandro Botticelli ในช่วงระหว่างปี ค.ศ. 1482-1485 เป็นหนึ่งในภาพวาด masterpeice ในยุค Renaissance ของอิตาลี ภาพแสดงถึงเรื่องราวเทพเจ้า เทพแห่งความรักและความงามตามตำนานกรีกโบราณว่าด้วยเรื่องของ Venus ผู้ที่เกิดจากฟองคลื่นได้ลอยมาจากทะเลมาเกยฝั่งบนหอยโดยลมจากเทพลม Zephyrus และมีเทพี Horae เทพแห่งฤดูมารอบอบเสื้อคลุมลายดอกไม้ให้



ภาพที่ 2.8 ภาพเขียน The Birth of Venus

ที่มา : wikipedia . The Birth of Venus [ออนไลน์], สืบค้น 1 ตุลาคม 2561. เข้าถึงได้จาก

[https://en.wikipedia.org/wiki/The\\_Birth\\_of\\_Venus](https://en.wikipedia.org/wiki/The_Birth_of_Venus)

<sup>4</sup> wikipedia.The Birth of Venus[ออนไลน์], สืบค้น 1 ตุลาคม 2561. เข้าถึงได้จาก [https://en.wikipedia.org/wiki/The\\_Birth\\_of\\_Venus](https://en.wikipedia.org/wiki/The_Birth_of_Venus)

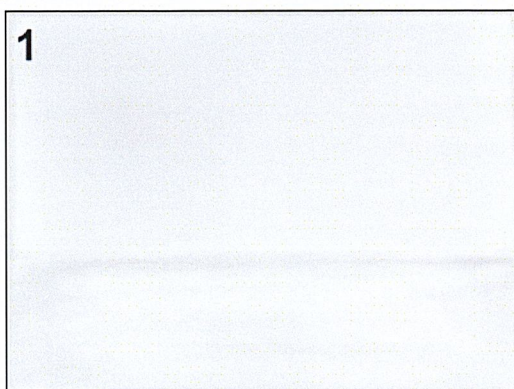
### บทที่ 3

#### แนวทางการสร้างสรรค์

#### 1. แนวความคิดหนักในภาพยนตร์โฆษณา ( Big idea )

จากการวิเคราะห์หาข้อมูลของแบรนด์ MTI ผู้วิจัยมีความคิดที่จะถ่ายทอดผลงานภาพยนตร์โฆษณาผ่านทางศิลปะ เนื่องจากการแต่งหน้าเปรียบเสมือนศิลปะแขนงหนึ่งไม่ต่างจากการวาดเขียนภาพบนใบหน้า ผู้วิจัยจึงได้แนวคิดหลักเป็น masterpiece ซึ่งเปรียบได้ว่าถ้าคุณใช้ MTI คุณก็จะเปรียบเสมือนศิลปินที่สร้างผลงานระดับ masterpiece ข้าพเจ้าได้เลือกภาพ The Birth of Venus ที่เป็นตัวแทนแห่งความงามในการถ่ายทอดเรื่องราวที่เกิดขึ้นในภาพยนตร์โฆษณา นอกจากนี้ยังมีการแสดงเต้น contemporary dance เพื่อประกอบเรื่องราวและสื่อว่า MTI เป็นเครื่องสำอางสำหรับการแสดงอีกด้วย ภาพยนตร์โฆษณาชุดนี้จะเริ่มจาก เทพวีนัสได้เกิดขึ้นมาโดยมีตัวเป็นสีขาว เมื่อเทพลมทั้งสองได้รับรู้การเกิดมาของวีนัสจึงเริ่มรำยมนต์เต้นรำเพื่อแต่งเติมสีเข้าไปในตัววีนัส เมื่อเทพพฤษาได้รับรู้การเกิดมาของวีนัสก็ร่วมเต้นรำและแต่งเติมสีตัววีนัสด้วยเช่นกัน จนในที่สุดทุกคนมารวมตัวกันจนกลายเป็นภาพ the Birth of Venus สีต่างๆที่เข้ามาแต่งแต้มวีนัสเปรียบเสมือนเครื่องสำอาง MTI ที่สร้างผลงานได้ระดับ masterpiece

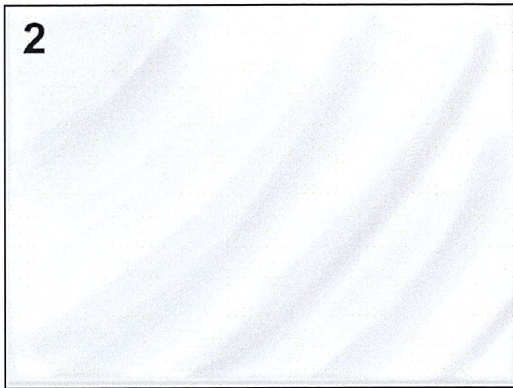
#### 2. วิธีการนำเสนอผ่านบอร์ดภาพ (storyboard)



ACTION : นำนั่งสีขาว

AUDIO : เสียงคลื่นทะเลนิ่ง

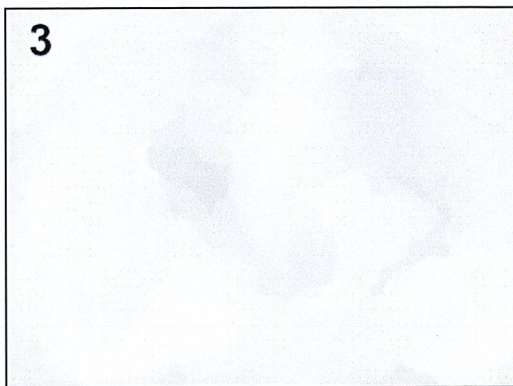
NOTE : พื้นหลังสีขาว



ACTION : คลื่นน้ำนิ่งสีขาว

AUDIO : เสียงน้ำเคลื่อนไหว

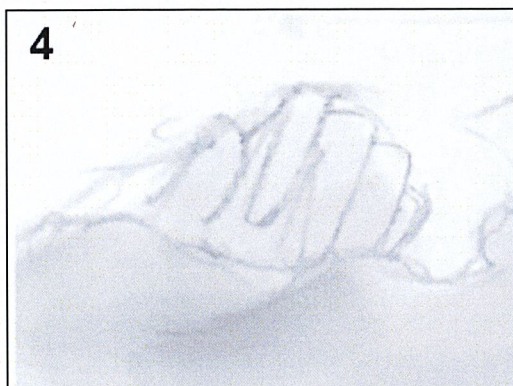
NOTE : -



ACTION : ฟองคลื่นบนน้ำสีขาว

AUDIO : เสียงน้ำเคลื่อนไหว

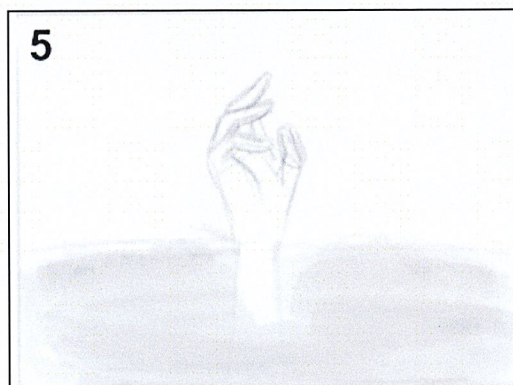
NOTE : -



ACTION : มือสีขาวโผล่ขึ้นจากน้ำ ภาพแคบ

AUDIO : เสียงมือขึ้นจากน้ำ

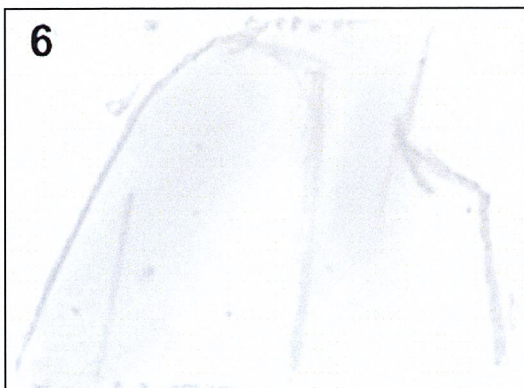
NOTE : -



ACTION : มือและแขนสีขาวโผล่ขึ้นจากน้ำ

AUDIO : เสียงมือขึ้นจากน้ำ

NOTE : -

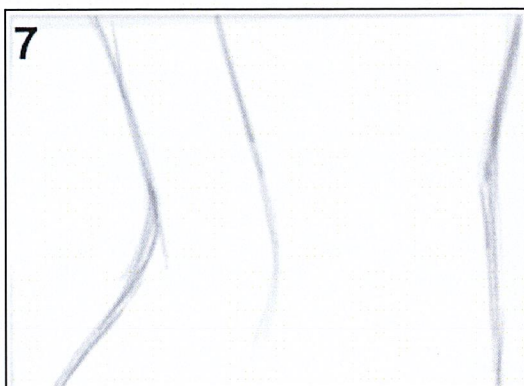


6

ACTION : ไหลวีนัสสีขาวขึ้นจากน้ำ

AUDIO : เสียงน้ำเคลื่อนไหว

NOTE : -

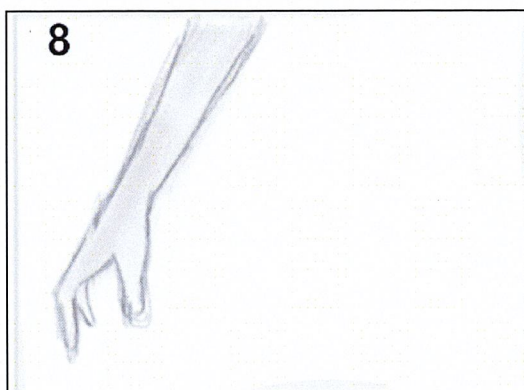


7

ACTION : หลังวีนัสสีขาว

AUDIO : เสียงน้ำเคลื่อนไหว

NOTE : -

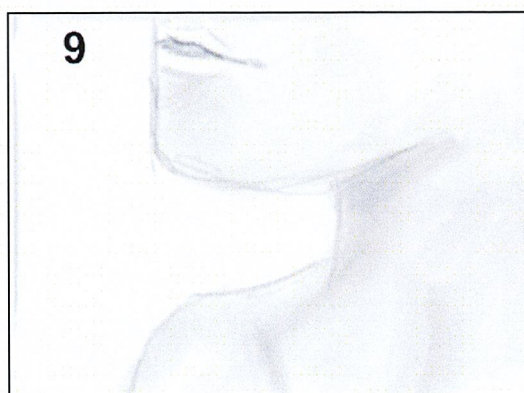


8

ACTION : มือวีนัสชูขึ้นบนฟ้า

AUDIO : เสียงน้ำเคลื่อนไหว

NOTE : -

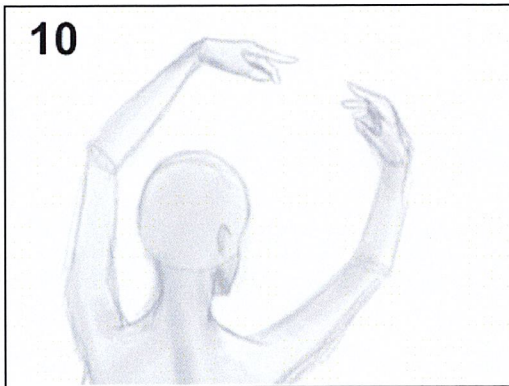


9

ACTION : ปากวีนัสสีขาว

AUDIO : เสียงน้ำเคลื่อนไหว

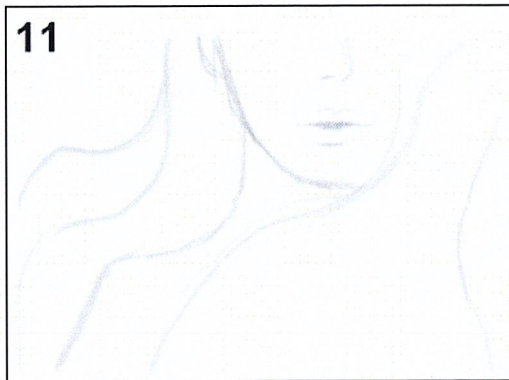
NOTE : -



ACTION : ว่ายน้ำสีขาวเริ่มขยับตัว

AUDIO : -

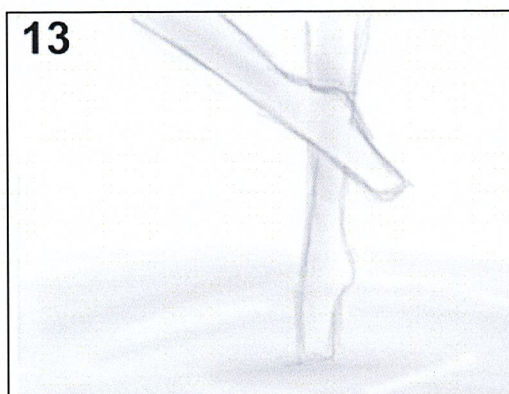
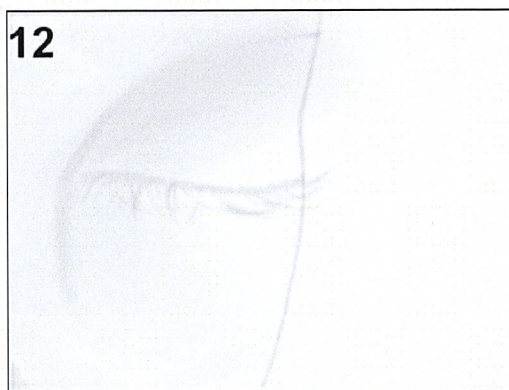
NOTE : ยังไม่เห็นหน้าว่ายน้ำ



ACTION : ผมนปลิวสีขาว

AUDIO : -

NOTE : ยังไม่เห็นหน้าว่ายน้ำ



ACTION : เท้าและขาสีขาวเริ่มเคลื่อนไหว

AUDIO : -

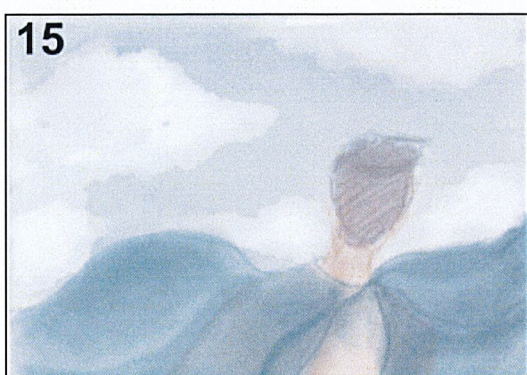
NOTE : ยืนบนน้ำสีขาว



ACTION : ตาของเทพลมชายมองไปที่  
วินัสข้างล่าง

AUDIO : เสียงลมเบาๆ

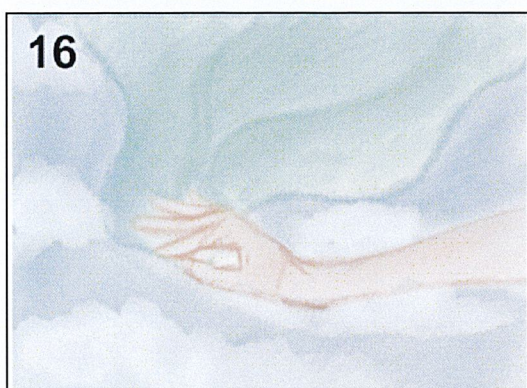
NOTE : พื้นหลังท้องฟ้าเป็นภาพเขียน



ACTION : ข้างหลังของเทพลมชายที่มองลง  
ไปข้างล่าง

AUDIO : เสียงลม

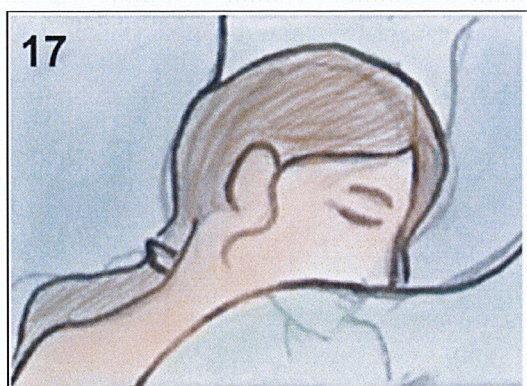
NOTE : พื้นหลังท้องฟ้าเป็นภาพเขียน



ACTION : มือของเทพลมสับัดผ้าปลิว

AUDIO : ผ้าปลิว เสียงลม

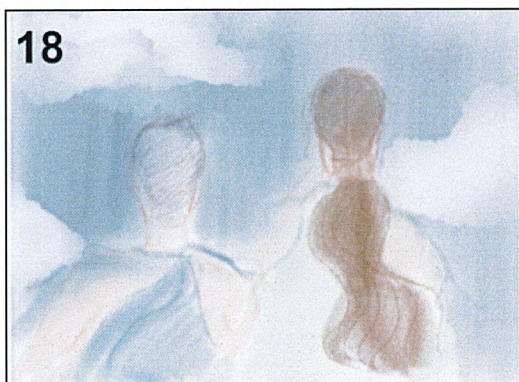
NOTE : พื้นหลังท้องฟ้าเป็นภาพเขียน



ACTION : เทพลมหญิงมองไปที่วินัส

AUDIO : ผ้าปลิว เสียงลม

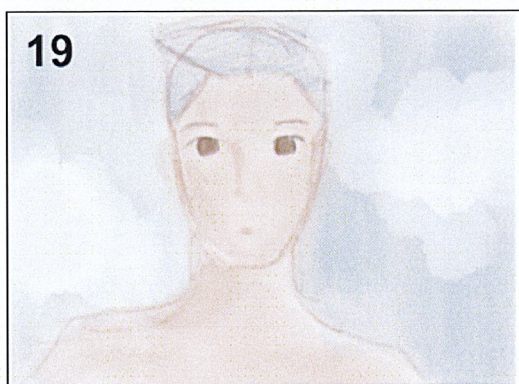
NOTE : พื้นหลังท้องฟ้าเป็นภาพเขียน



ACTION : เทพลมทั้งสองมองไปที่วินัส

AUDIO : เสียงลม

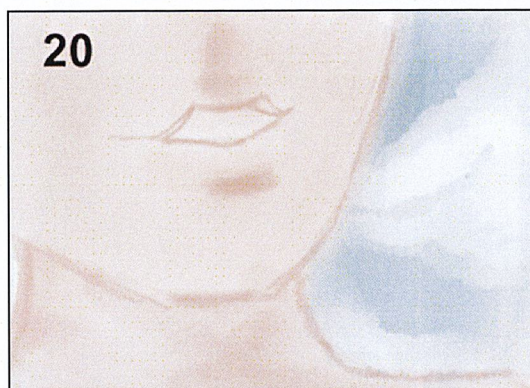
NOTE : พื้นหลังท้องฟ้าเป็นภาพเขียน



ACTION : เทพลมชายมองไปที่วินัส

AUDIO : -

NOTE : พื้นหลังท้องฟ้าเป็นภาพเขียน

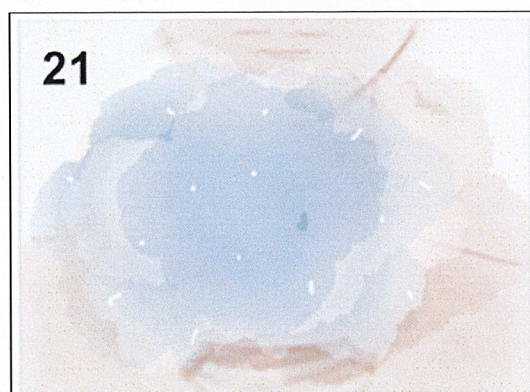


ACTION : ปากของเทพลมชายเป่าลม

AUDIO : เสียงเป่าลม

NOTE : เขียนลมด้วย CG

พื้นหลังท้องฟ้าเป็นภาพเขียน

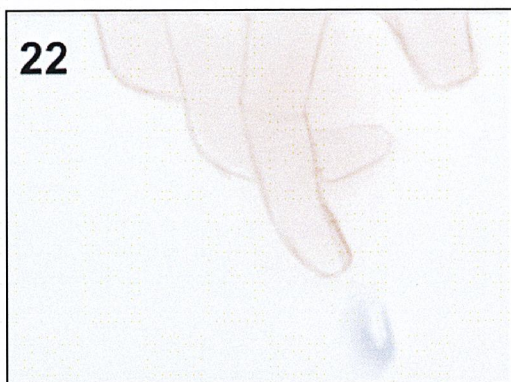


ACTION : ปากของเทพลมชายเป่าลม

AUDIO : เสียงเป่าลม

NOTE : เขียนลมด้วย CG

พื้นหลังท้องฟ้าเป็นภาพเขียน

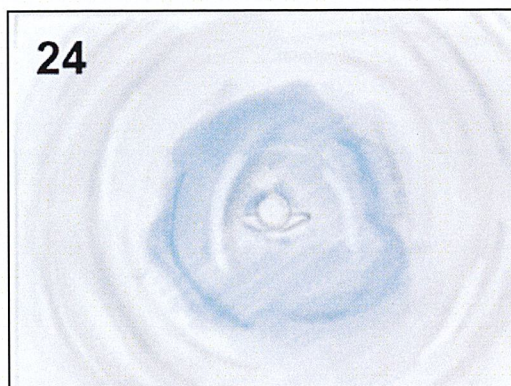


22

ACTION : สีหยดจากนิ้วมือของเทพลมชาย

AUDIO : เสียงสีหยด

NOTE : หยดสี CG

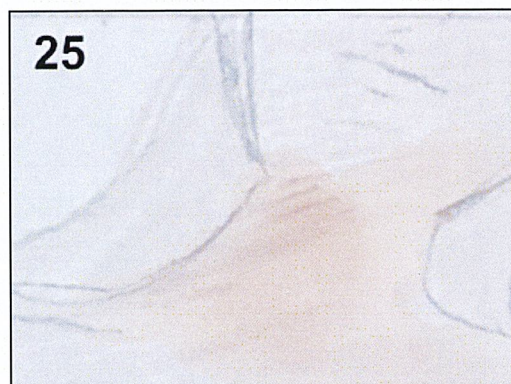


24

ACTION : สีหยดลงมาบนน้ำสีขาวและ  
กระจายตัวออก

AUDIO : เสียงหยดสีกระทบสีขาว

NOTE : หยดสีและการกระจายสี CG

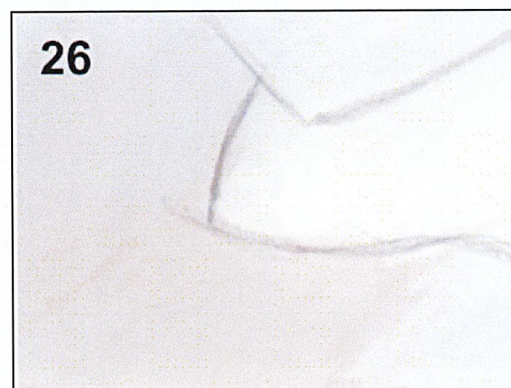


25

ACTION : สีเนื้อเริ่มกระจายบนตัววินัส

AUDIO : -

NOTE : การกระจายสี CG



26

ACTION : สีกระจายบนตัววินัส

AUDIO : -

NOTE : การกระจายสี CG

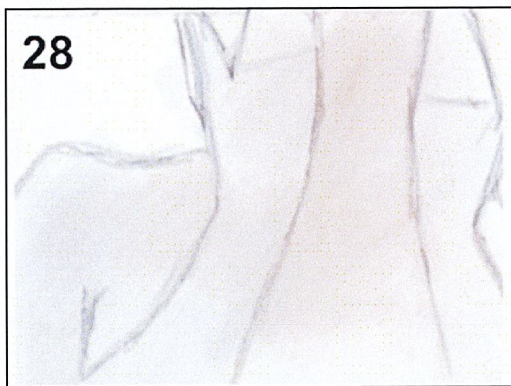


27

ACTION : เทพลมทั้งสองเริ่มเต้นรำ

AUDIO : เสียงลม

NOTE : พื้นหลังท้องฟ้าเป็นภาพเขียน



28

ACTION : สีกระจายบนตัววินัส

AUDIO : -

NOTE : การกระจายสี CG



29

ACTION : เมื่อของเทพลมเข้าหากัน

AUDIO : เสียงลม

NOTE : พื้นหลังท้องฟ้าเป็นภาพเขียน

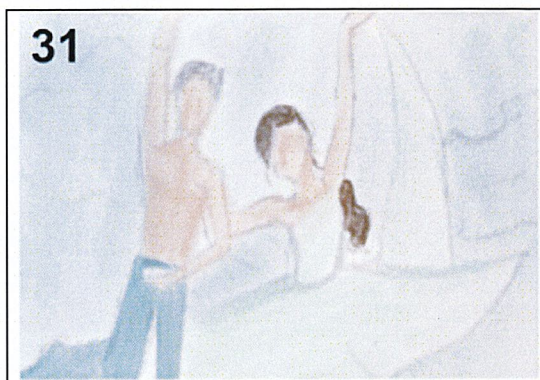


30

ACTION : เทพลมทั้งสองเต้นรำ

AUDIO : เสียงลม

NOTE : พื้นหลังท้องฟ้าเป็นภาพเขียน



31

ACTION : เทพลมทั้งสองเต้นรำ

AUDIO : เสียงลม

NOTE : พื้นหลังท้องฟ้าเป็นภาพเขียน



32

ACTION : สีกระจายบนตัววินัส

AUDIO : -

NOTE : การกระจายสี CG



33

ACTION : สีกระจายบนตัววินัส.

AUDIO : -

NOTE : การกระจายสี CG



34

ACTION : เทพลมทั้งสองเต้นรำ

AUDIO : เสียงลม

NOTE : พื้นหลังท้องฟ้าเป็นภาพเขียน



35

ACTION : มือวินัสมีสีขึ้น

AUDIO : -

NOTE : การกระจายสี CG

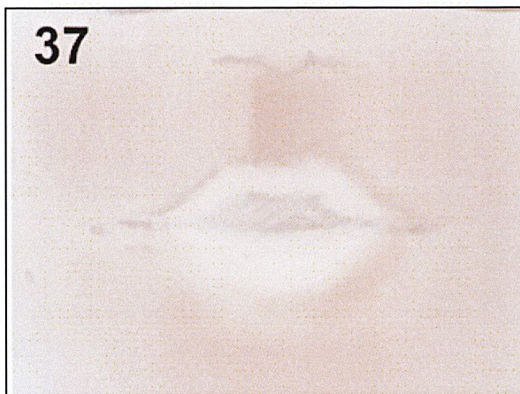


36

ACTION : สีกระจายบนตัววินัส

AUDIO : -

NOTE : การกระจายสี CG

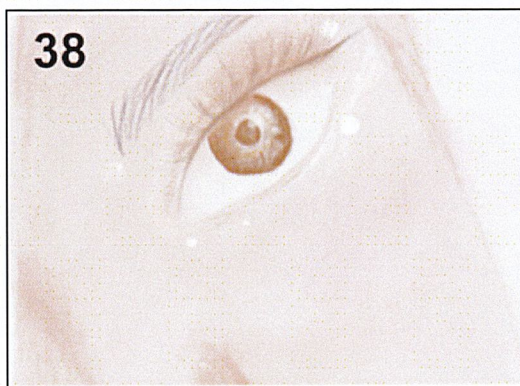


37

ACTION : ปากของวินัสมีสีขึ้น

AUDIO : -

NOTE : การกระจายสี CG

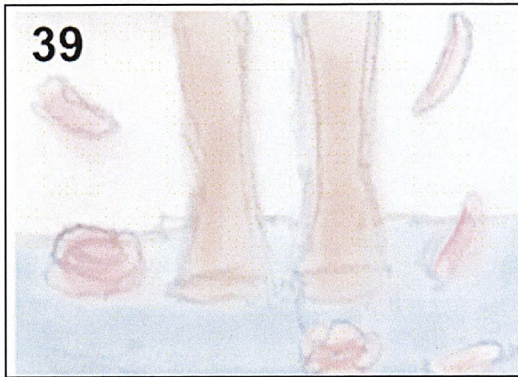


38

ACTION : ตาของวินัสจ้องมอง

AUDIO : -

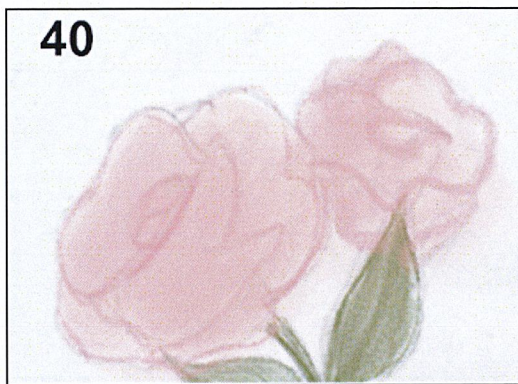
NOTE : สีเต็มตัววินัสแล้ว



ACTION : เท้าของวินัสยืนบนน้ำ

AUDIO : -

NOTE : มีดอกไม้ปลิว



ACTION : ดอกไม้

AUDIO : -

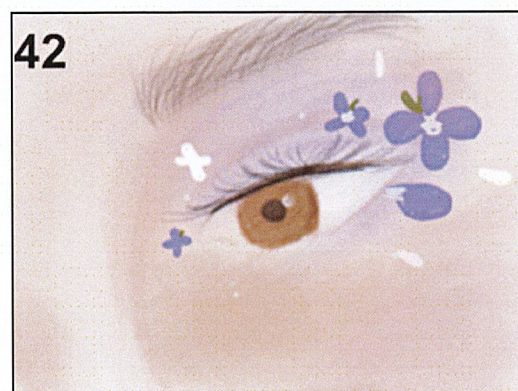
NOTE : -



ACTION : มือของเทพฤทษาชูขึ้นบนฟ้า

AUDIO : -

NOTE : -



ACTION : ตาของบริวารเทพฤทษษา

AUDIO : -

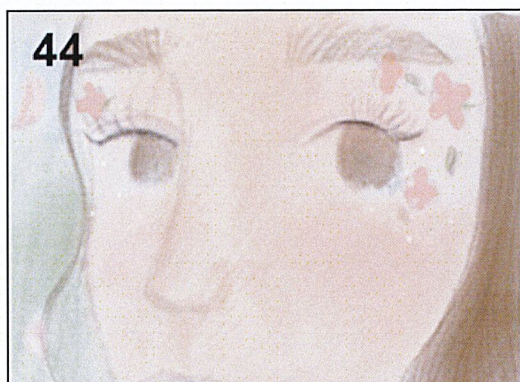
NOTE : แต่งตาดอกไม้



ACTION : ตาของบริวารเทพพฤษชา

AUDIO : -

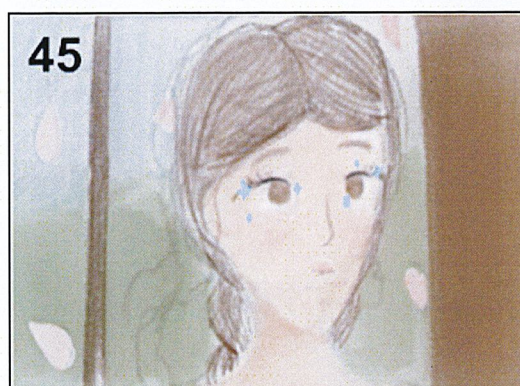
NOTE : แต่งตาดอกไม้



ACTION : บริวารเทพพฤษชาตื่นขึ้น

AUDIO : -

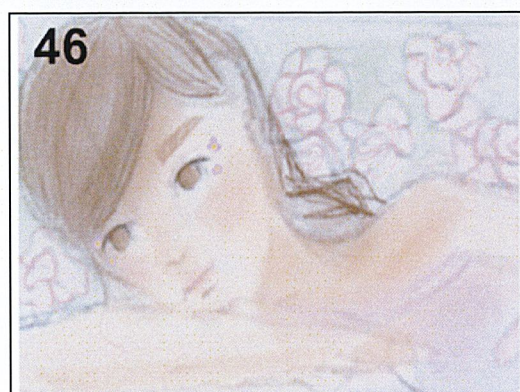
NOTE : แต่งตาดอกไม้



ACTION : บริวารเทพพฤษชาตื่นขึ้น

AUDIO : -

NOTE : แต่งตาดอกไม้



ACTION : เทพพฤษชาตื่นขึ้น

AUDIO : -

NOTE : แต่งตาดอกไม้



ACTION : เทพพฤษภาเริ่มเต้นรำ

AUDIO : -

NOTE : พื้นหลังสีขาว ค่อยๆกลายเป็น  
ภาพเขียน



ACTION : เทพพฤษภาเริ่มเต้นรำ

AUDIO : -

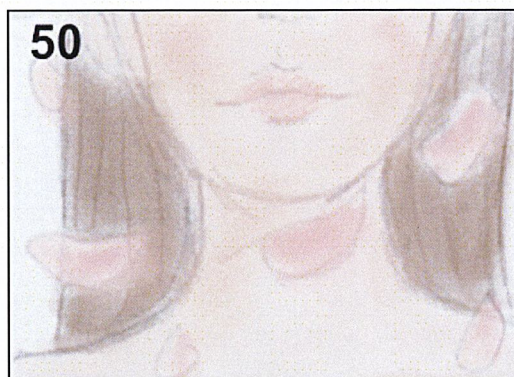
NOTE : พื้นหลังสีขาว ค่อยๆกลายเป็น  
เป็นภาพเขียน



ACTION : เทพพฤษภาเริ่มเต้นรำ

AUDIO : -

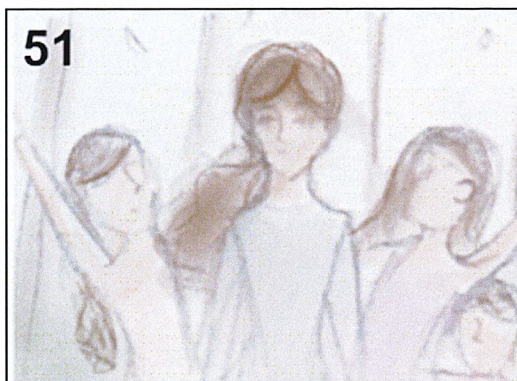
NOTE : พื้นหลังสีขาว ค่อยๆกลายเป็น  
เป็นภาพเขียน



ACTION : ใบหน้าของวินัส

AUDIO : -

NOTE : พื้นหลังภาพเขียน



51

ACTION : กลุ่มเทพพฤษษาเต้นรำ

AUDIO : -

NOTE : พื้นหลังภาพเขียน

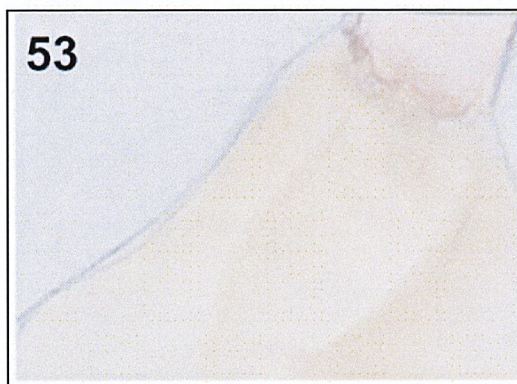


52

ACTION : ผิวของวินัส

AUDIO : -

NOTE : พื้นหลังภาพเขียน



53

ACTION : มือเทพพฤษษาหยิบผ้า

AUDIO : -

NOTE : พื้นหลังภาพเขียน

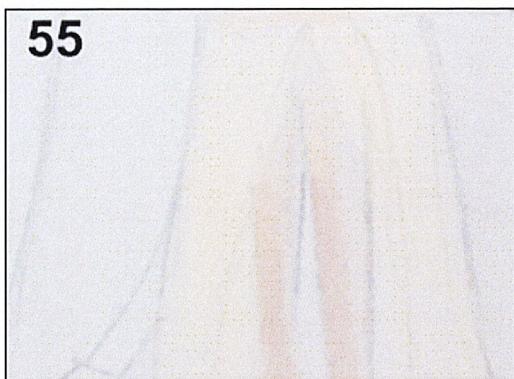


54

ACTION : เทพพฤษษาคลุมผ้าให้วินัส

AUDIO : -

NOTE : พื้นหลังภาพเขียน



ACTION : เทพพฤษภาคหลุมผ้าให้วินัส

AUDIO : -

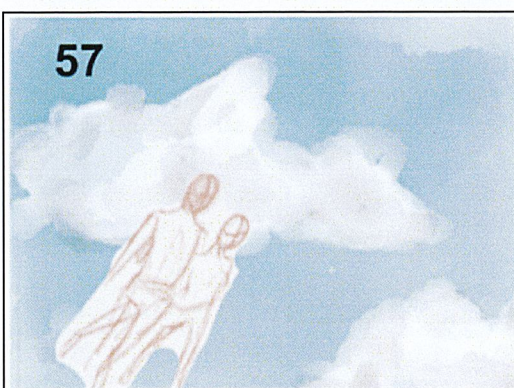
NOTE : พื้นหลังภาพเขียน



ACTION : ชาของเทพลมลงมาจากฟ้า

AUDIO : -

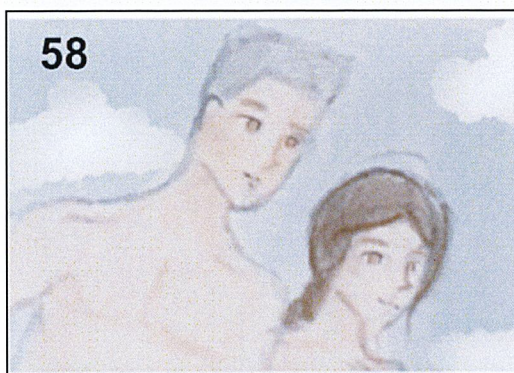
NOTE : พื้นหลังท้องฟ้าเป็นภาพเขียน



ACTION : เทพลมลงมาจากฟ้า

AUDIO : -

NOTE : พื้นหลังท้องฟ้าเป็นภาพเขียน



ACTION : หน้าของเทพลม

AUDIO : -

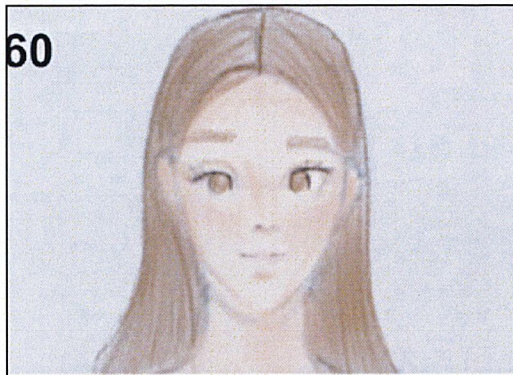
NOTE : พื้นหลังท้องฟ้าเป็นภาพเขียน



ACTION : หน้าของเทพพฤกษา

AUDIO : -

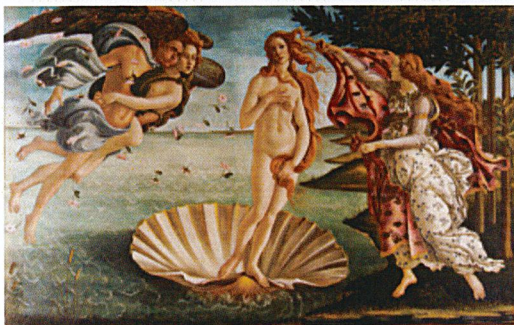
NOTE : พื้นหลังภาพเขียน



ACTION : หน้าของวินัส

AUDIO : -

NOTE : พื้นหลังภาพเขียน



ACTION : รวมกันเป็นภาพ

the birth of venus

AUDIO : -

NOTE : พื้นหลังเป็น CG

## บทที่ 4

### ขั้นตอนการทำงาน

#### การวางแผนการทำงานในการเตรียมการถ่ายภาพยนตร์

การวางแผนการเตรียมงานถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา MTI ใช้เวลาการเตรียมงานเป็นเวลา 4 เดือน เนื่องจากมีขั้นตอนการทำงานหลายขั้นตอน โดยกำหนดการถ่ายทำช่วงต้นเดือน พฤษภาคม ปี 2562 แบ่งการถ่ายทำเป็น 2 วัน เพื่อให้การถ่ายทำมีการทำงานที่แม่นยำและมีความผิดพลาดน้อยที่สุด

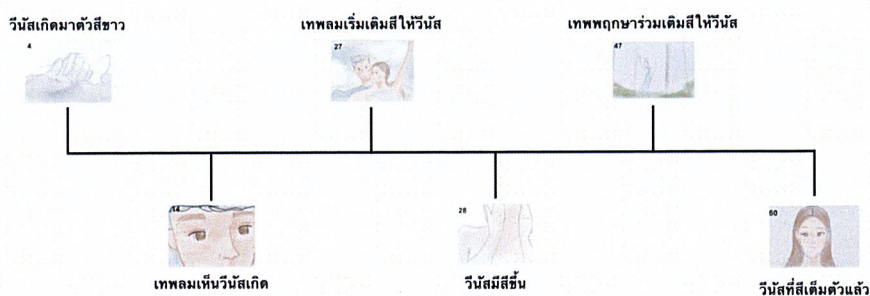
การเตรียมการถ่ายทำช่วงแรกข้าพเจ้าเลือกที่จะทำเพลงที่เป็นปัญจยัยสำคัญของภาพยนตร์โฆษณาชุดนี้ก่อน เนื่องจากเพลงที่จะสร้างขึ้นใหม่นี้มีความจำเป็นต่อการพัฒนาของการเตรียมการส่วนอื่นๆ เช่น การเต้น หรือ การกำหนดจังหวะของเรื่องราว การจัดหานักแสดง การซ้อมเต้น มีปัญหาเล็กน้อยเนื่องจากคิวของผู้ฝึกสอน และ ต้องหานักแสดงที่มีทักษะในการเต้น ส่วนที่ข้าพเจ้าพบว่าเป็นปัญหามากที่สุดคือ การออกแบบศิลป์ หรือ การออกแบบฉากเนื่องจาก เนื้อเรื่องแบ่งออกเป็น 3 ฉาก ทำให้ต้องมีการออกแบบฉากที่ต่างกันให้มีความสวยงาม และ มีค่าใช้จ่ายจำนวนมาก

#### การออกแบบเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา

สาเหตุที่ข้าพเจ้าต้องการทำเพลงขึ้นใหม่เพื่อให้เพลงมีส่วนร่วมในการเล่าเรื่องด้วยการกำหนดจังหวะ และ แบ่งแยกคาแรคเตอร์ อารมณ์ ของตัวละครอย่างชัดเจน เนื่องจากข้าพเจ้าไม่มีความถนัดในเรื่องการทำเพลงจึงปรึกษากับเพื่อนที่เป็นโปรดิวซ์เซอร์ของบริษัท Wild at Heart และทำเพลงที่บริษัทนี้

ข้าพเจ้าเลือกที่จะอธิบายลักษณะของเพลงด้วย อารมณ์ความรู้สึกที่ข้าพเจ้าเห็นในภาพ theBirth of Venus ที่แสดงถึง ความงาม ความบริสุทธิ์ ความน่าหลงใหล ในตอนแรกข้าพเจ้าเลือกเพลงประเภท อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเพิ่มความประยุคค์กับยุคสมัยเข้าไปในงาน เมื่อได้รับฟังครั้งแรกข้าพเจ้าคิดว่าเพลงคลาสสิกนั้นเหมาะสมกับงานของข้าพเจ้ามากกว่าจึงได้เปลี่ยนแนวเพลงเป็นคลาสสิกที่สอดคล้องกับภาพเขียน เมื่อเลือกแนวทางได้แล้ว ข้าพเจ้าได้นำสตอรี่บอร์ดมากำหนดเวลาของแต่ละช่วงตามภาพ

#### Timeline ของเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา MTI



ภาพที่ 4.1 Timeline ของเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา MTI

หลังจากได้ฟังเพลงเต็มครั้งแรก มีการแก้ไขเล็กน้อยอีก 3 ครั้ง เรื่องของความใหญ่ของดนตรีจึงได้ทำการถอดเครื่องดนตรีบางชนิดออกเพื่อให้ฟังดูอ่อนหวาน นุ่มนวลมากขึ้น จนในที่สุดก็ได้ออกมาเป็นเพลง demo ของภาพยนตร์โฆษณา MTI

#### การคัดเลือกนักแสดง

ตามภาพเขียน The Birth of Venus มีตัวละครหลักอยู่ 4 คน คือ วินัส เทพลม ชาย เทพลมหญิง และ เทพพฤษชา ข้าพเจ้าเพิ่มบทบาทบริวารของเทพพฤษชาเข้าไปเพื่อให้ดูโดดเด่นจนเกินไป เพราะวินัสเป็นตัวละครหลักที่เด่นที่สุดจึงไม่ต้องการแสดงเดี่ยวที่เหมือนกัน และ เพื่อให้ผู้ชมรับรู้ได้ว่าตัวละครไหนที่ข้าพเจ้าอยากให้ความสนใจมากที่สุด นักแสดงทุกคนต้องมีทักษะการเต้น contemporary ที่ดีเพื่อการแสดง และการถ่ายทำที่รวดเร็ว นอกจากนี้จะต้องมีคาแรคเตอร์ที่เหมาะสมกับบทนั้นๆ

คาแรคเตอร์รวมของนักแสดงทั้งหมดของภาพยนตร์โฆษณาชุดนี้ไม่ใช่ทางเดียวกัน แต่มีเชื้อชาติและหน้าตาที่ต่างกัน เพื่อที่จะสื่อว่า MTI สามารถใช้ได้กับทุกคนไม่ว่าจะเชื้อชาติไหน เพราะฉะนั้นข้าพเจ้าไม่เจาะจงไปที่ชาติใดชาติหนึ่ง ทำให้มีคาแรคเตอร์ที่หลากหลายไม่ดูเจาะจงจนเกินไป นักแสดงทั้งหมดมีจำนวน 6 คน ทุกคนต้องมีการฝึกซ้อมเต้นก่อนการถ่ายทำจริง 2 ครั้ง และ ถ่ายทำจำนวน 2 วัน

## วินัส

วินัสเป็นตัวละครหลักของภาพยนตร์โฆษณาต้องมีหน้าตาที่ สวย น่าหลงใหล ผิวขาว บริสุทธิ์ เพื่อไม่ให้วินัสต่างจากในภาพเขียนมากเกินไปข้าพเจ้าจึงเลือกนักแสดงที่มีเชื้อสายฝรั่ง เพื่อให้ภาพของงานไม่ดูขัดจนเกินไป ส่วนตัวข้าพเจ้ามีความรู้สึกที่ว่าถ้าใช้นักแสดงคนไทยหรือชาวเอเชียแสดงเป็นวินัสจะทำให้รู้สึกขัดกับภาพจบ the birth of venus จึงใช้นักแสดงที่เป็นลูกครึ่ง ที่ไม่สามารถระบุเชื้อชาติได้



ภาพที่ 4.2 ภาพนักแสดงที่รับบทเป็นวินัส ( นางสาว ไอริส อทรโกมลย์สุด )

## เทพลมชาย

เทพลมชายเป็นตัวละครที่เด่นรองลงมา เปิดตัวหลังจากการเกิดมาวินัส ท่าทาง นิ่ง สุขุม ข้าพเจ้าเปลี่ยนความหมาย และ ความรู้สึกของตัวละครตัวนี้จาก มองวินัสด้วยความใคร่ ความหลง เป็นการช่วยแต่งสีเติมแต่งให้วินัสมีหน้าตาสวยงาม



ภาพที่ 4.3 ภาพนักแสดงที่รับบทเป็นเทพลมชาย ( นาย มีชัย สีหาราช )

### เทพลมหญิง

เทพลมหญิงคู่เต้นของเทพลมชายที่ช่วยกันร้ายเวทย์มนต์ให้วินัสเปลี่ยนจากร่างสี  
ขาวเป็นสีเนื้อ เพื่อความสมดุลของงานจึงใช้นักแสดงคนไทย ที่มีสีผิวน้ำผึ้งเป็นเอกลักษณ์



ภาพที่ 4.4 ภาพนักแสดงที่รับบทเป็นเทพลมหญิง ( นางสาว สปันนา ปิยแสงเจริญ )

### เทพพฤกษา

เทพพฤกษาเป็นตัวเด่นของซินปาดอกไม้ เปรียบเสมือนผู้ที่ดูแลรักษาป่าคอยดูแล  
บริวาร มีความอ่อนโยน เป็นที่พึ่งของบริวาร ตอนรับการเกิดมาของวินัสที่เกิดมาบนโลก  
ต้องมีเอกลักษณ์ ข้าพเจ้าจึงเลือกนักแสดงที่เป็นชาวต่างชาติมีผมสีทอง เพื่อความแตก  
ต่าง และความหลากหลายเชื้อชาติของงาน



ภาพที่ 4.5 ภาพนักแสดงที่รับบทเป็นเทพพฤกษา ( Camille Yvonne Cather )

### บริวารของเทพพฤษษา

บริวารของเทพพฤษษานั้นไม่ได้มีอยู่ในภาพเขียน the birth of venus เป็นตัวละครที่ข้าพเจ้าเพื่อขึ้นมาด้วยเหตุผลที่ว่า อยากให้คนดูให้ความสนใจกับวินัสที่แสดงคนเดียวมากกว่าเทพพฤษษา เพื่อไม่ให้เป็นการสับสนและเสริมคาแรคเตอร์ของเทพพฤษษาที่ต้อนรับการเกิดมาของวินัส ให้มีความอ่อนโยน เมตตาต่อผู้อื่น จึงเกิดเป็นบริวารดอกไม้ 2 คน ที่ร่วมแสดงกับเทพพฤษษา นักแสดงทั้งสองคนนี้ต้องมีอายุ และ ใบหน้าที่ดูเด็กกว่าเทพพฤษษา เพราะอยู่ในความดูแลของเทพพฤษษา และ เพื่อความสมดุลจึงเป็นเชื้อชาติเอเชีย แต่ต่างไปจากเทพลมหญิงที่เป็นคนไทย ข้าพเจ้าจึงเพิ่มลักษณะของชาวเอเชีย ด้วยนักแสดงที่มีใบที่ต่างออกไป อย่าง จีน และ ญี่ปุ่น

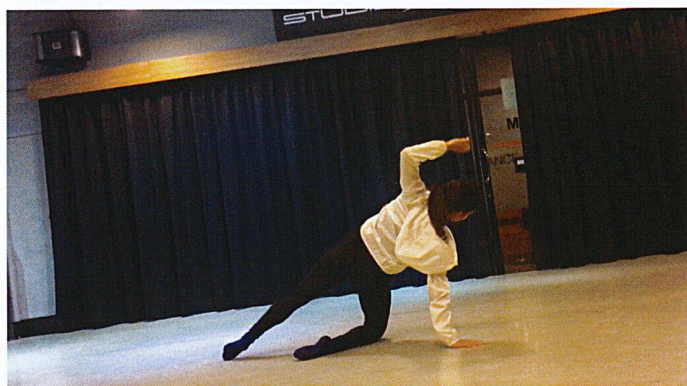


ภาพที่ 4.6 ภาพนักแสดงที่รับบทเป็นบริวารของเทพพฤษษา ( นางสาวชมพูนุช มงคล และ Sarara Tomohiro เรียงจากซ้ายไปขวา )

### การออกแบบท่าเต้น และ การซ้อมเต้น ( Choreography and Dance Rehearsal )

หลังจากได้นักแสดงครบทั้งหมดแล้วข้าพเจ้าได้ทำการปรึกษากับ คุณครูทัชชา ครูสอนเต้น contemporary โดยการให้ฟังตัวอย่างของเพลงที่ข้าพเจ้าได้ทำขึ้นใหม่ และ อธิบายเรื่องราวของภาพยนตร์โฆษณาชิ้นนี้ ครูทัชชา ให้คำแนะนำว่าในเมื่ออ้างอิงจาก ประวัติศาสตร์และเพลงที่มีความคลาสสิก ท่าทางการเต้นการแสดงก็ควรจะแสดงออกไปทางเดียวกัน หลักจากนั้นครูทัชชาก็ได้ทำการออกแบบท่าเต้นที่สอดคล้องกับตัวละครและ

เรื่องราวของตัวละคร การซ้อมเต้นนั้นแบ่งออกเป็น 2 วันที่ studio zoom สุขุมวิท 39  
วันแรกได้แก่ บท วินัส และ เทพลมชายและหญิง วันที่สอง คือการซ้อมของกลุ่ม  
เทพพฤษษา และการซ้อมรวมทั้งหมด



ภาพที่ 4.7 ภาพนักแสดงบทวินัสซ้อมเต้นวันแรก



ภาพที่ 4.8 ภาพนักแสดงบทเทพลมซ้อมเต้นวันแรก



ภาพที่ 4.9 ภาพนักแสดงทุกคนซ้อมเต้นรวมวันที่สอง

## เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย

เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายของนักแสดงทุกคนจะต้องมีคุณสมบัติที่สามารถเคลื่อนไหวได้อย่างเป็นอิสระ ไม่เป็นอุปสรรคต่อการเต้นของนักแสดง และต้องมีการอ้างอิงจากภาพเขียน the birth of venus โทนสีไม่ฉูดฉาดเน้นสีโทนพาสเทลตามภาพเขียน

### แนวคิดการออกแบบเครื่องแต่งกาย

วินัส เครื่องแต่งกายของวินัสนั้นแบ่งออกเป็น 2 ช่วง ช่วงแรกคือช่วงที่วินัสเกิดมาร่างเปลือยต้องทาทัวสีขาวทั้งตัว ช่วงที่สองคือช่วงที่วินัสมีสีและแต่งตัวเรียบร้อยแล้ว รูปแบบของชุดต้องมีความคลาสสิก การจับจีบของผ้า และใช้สีขาวเพื่อสื่อถึงความบริสุทธิ์ นอกจากนี้กระโปรงของต้องเป็นกระโปรงวงกลมที่สามารถทำให้นักแสดงสามารถเต้นได้อย่างเป็นอิสระ ไม่เป็นผลกระทบท่อการแสดง



ภาพที่ 4.10 ภาพตัวอย่างเครื่องแต่งกายแบบกรีก

ที่มา pinterest.com[ออนไลน์], สืบค้นวันที่ 1 เมษายน 2562. เข้าถึงได้จาก

[https://www.pinterest.com/search/pins/?](https://www.pinterest.com/search/pins/?q=greek%20fashion&rs=typed&term_meta[]=greek%7Ctyped&term_meta[]=fashion%7Ctyped)

[q=greek%20fashion&rs=typed&term\\_meta\[\]=greek%7Ctyped&term\\_meta\[\]=fashion%7Ctyped](https://www.pinterest.com/search/pins/?q=greek%20fashion&rs=typed&term_meta[]=greek%7Ctyped&term_meta[]=fashion%7Ctyped)

หลังจากได้แบบเสื้อผ้าที่ต้องการแล้ว ข้าพเจ้าได้ทำการหาเสื้อผ้าที่ใกล้เคียงกับแบบที่ต้องการแต่ไม่พบ ไม่ว่าจะเป็นร้านเช่าชุด หรือร้านขายเสื้อผ้า จึงต้องสั่งตัดชุดวินัส



ภาพที่ 4.11 ภาพชุดของวินีสที่สั่งตัด

#### เทพลมชายและเทพลมหญิง

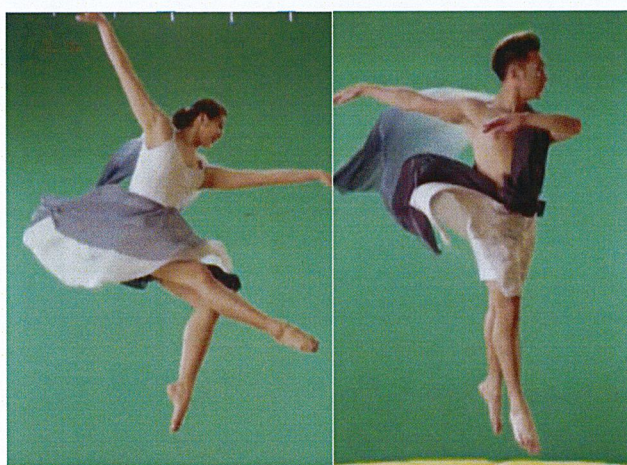
เทพลมทั้งสองต้องมีชุดที่ใกล้เคียงกันรูปแบบของชุดต้องมีความคลาสสิก การจับจีบของผ้า ใช้สีที่อ้างอิงมากจากภาพ the birth of venus ชุดต้องมีความพลิ้วไหวผ้าปลิวทำให้นามธรรมของลมสามารถมองเห็นได้จากตัวเทพลมทั้งสอง อีกทั้งมีความสอดคล้องกับท้องฟ้าที่จะเป็นฉากหลังในการแสดง

ข้าพเจ้าได้ทำการหาข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องแต่งกายในยุคต่างๆและพบว่าเสื้อผ้าชายยุคกรีกมีความน่าสนใจในการนำมาประยุกต์ให้เข้ากับชุดของเทพลมชาย โดยเน้นการพันผ้าผืนใหญ่ให้เป็นชุดดพาดอกและใส่กางเกงขาสั้นพร้อมพันผ้าผืนเล็กจัดจีบสำหรับท่อนล่าง โดยใช้ผ้าชีฟองแบบหนาที่มีน้ำหนักการปลิวที่พลิ้วไหวเป็นอย่างดี

เทพลมหญิงนั้นใช้ผ้าชีฟองแบบหนาแบบเดียวกับเทพลมชาย แต่ใส่บอดี้สูทบัลเลต์เพื่อการเคลื่อนไหวตัวที่คล่องตัว และมีกระโปรง 2 ชั้นสีฟ้าขาวเพื่อเพิ่มมิติไม่ให้อูแบนจนเกินไป



ภาพที่ 4.12 ภาพตัวอย่างเครื่องแต่งกายของเทพลมชาย และ เทพลมหญิง  
 ที่มา pinterest.com[ออนไลน์], สืบค้นวันที่ 1 เมษายน 2562. เข้าถึงได้จาก  
[https://www.pinterest.com/search/pins/?q=greek%20fashion&rs=typed&term\\_meta\[\]=greek%7Ctyped&term\\_meta\[\]=fashion%7Ctyped](https://www.pinterest.com/search/pins/?q=greek%20fashion&rs=typed&term_meta[]=greek%7Ctyped&term_meta[]=fashion%7Ctyped)



ภาพที่ 4.13 ภาพเครื่องแต่งกายของเทพลมชายและเทพลมหญิง

### เทพพุกษาและบริวาร

เทพพุกษาเป็นเทพแห่งป่าดอกไม้และต้นไม้ที่มีความอ่อนโยน เพราะฉะนั้น เครื่องแต่งกายต้องดูอ่อนหวาน สีพาสเทล มีส่วนประกอบของดอกไม้เป็นหลัก



ภาพที่ 4.14 ภาพตัวอย่างเครื่องแต่งกายของเทพพุกษาและบริวาร  
ที่มา pinterest.com[ออนไลน์], สืบค้นวันที่ 1 เมษายน 2562. เข้าถึงได้จาก  
<https://www.pinterest.com/pin/338684834476293373/>

เพื่อการเดินที่คล่องตัวจึงใช้บอดี้สูทเต็มตัวสีน้ำตาลเข้มเหมือนลำต้น หรือรากของต้นไม้ และพันผ้าชีฟองโดยแยกเป็น 2 ชั้น ชั้นแรกด้วยผ้าชีฟองสีน้ำเงินลาย และ ทับด้วยชีฟองสีขาวลายดอกไม้ บริวารของเทพพุกษาทั้งสองมีชุดที่คล้ายกับเทพพุกษาทั้งคู่เพียงแต่ไม่มีชีฟองลายดอกไม้สีขาวทับเท่านั้น



ภาพที่ 4.15 ภาพเครื่องแต่งกายของเทพพุกษาและบริวาร

### การแต่งหน้า ทำผม

การแต่งหน้าส่วนประกอบที่สำคัญที่สุดของภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ เพื่อที่จะแสดงศักยภาพของเครื่องสำอาง MTI ข้าพเจ้าได้รับความช่วยเหลือจากอาจารย์ช่างแต่งหน้าของ MTI และกลุ่มนักเรียนในการแต่งหน้า เพื่อแสดงรูปแบบการแต่งหน้าคาแรคเตอร์ ของตัวละครได้อย่างชัดเจน

#### การแต่งหน้าของวินัส

การแต่งหน้าของวินัสแบ่งออกเป็น 2 แบบ แบบแรกคือการทาสีขาวทั้งตัว และแบบที่สองเน้นการโชว์ผิวสุขภาพดี มีประกายกากเพชร บริสุทธิ์ ไม่แต่งหน้าจัดมากให้เป็นธรรมชาติ



ภาพที่ 4.16 ภาพตัวอย่างการแต่งหน้าของวินัส

ที่มา pinterest.com[ออนไลน์], สืบค้นวันที่ 1 เมษายน 2562. เข้าถึงได้จาก

<https://www.pinterest.com/pin/518406607105173045/>



ภาพที่ 4.17 ภาพตัวอย่างการแต่งหน้าของวินัสสีขาว

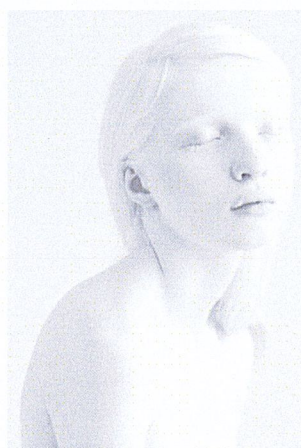
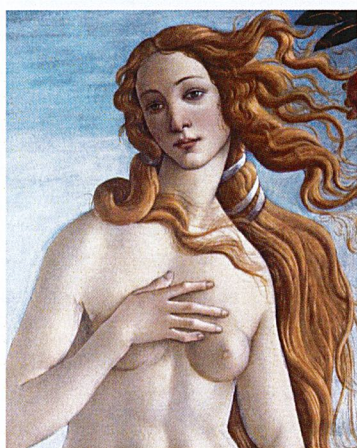
ที่มา pinterest.com[ออนไลน์], สืบค้นวันที่ 1 เมษายน 2562. เข้าถึงได้จาก

<https://www.pinterest.com/pin/518406607105173045/>

ช่วงแรกทาตัวสีขาวทั้งตัว ในช่วงของการเติมสีให้มีรอยแปรงเหลืออยู่ด้วย ตามขั้นตอนการถ่ายทำเราจะเริ่มจากวินัสที่ผิวสวยงามก่อน แล้วถ่ายวินัสค่อยๆเติมสีขาวลงไปทีหลังเพื่อความรวดเร็ว

#### การทำผมของวินัส

การทำผมของวินัสในช่วงตัวขาวต้องทำการทอวิกสีขาวขึ้นมาเพราะตัวของวินัสที่ขึ้นจากน้ำต้องเปียกน้ำเพราะฉะนั้นผมของวินัสจึงต้องเปียกเช่นกัน ในส่วนของผมในตอนหลังเป็นทรงผมที่อ้างอิงมาจากภาพเขียน เราจึงต้องต่อผมของนักแสดงบทวินัสพร้อมกับทำลอนผมและมัดหลวมๆให้ใกล้เคียงกับภาพเขียน



ภาพที่ 4.18 ภาพตัวอย่างการทำผมของวินัส

ที่มา [pinterest.com](https://www.pinterest.com/meejean_snoopy/thesis/)[ออนไลน์], สืบค้นวันที่ 1 เมษายน 2562. เข้าถึงได้จาก [https://www.pinterest.com/meejean\\_snoopy/thesis/](https://www.pinterest.com/meejean_snoopy/thesis/)

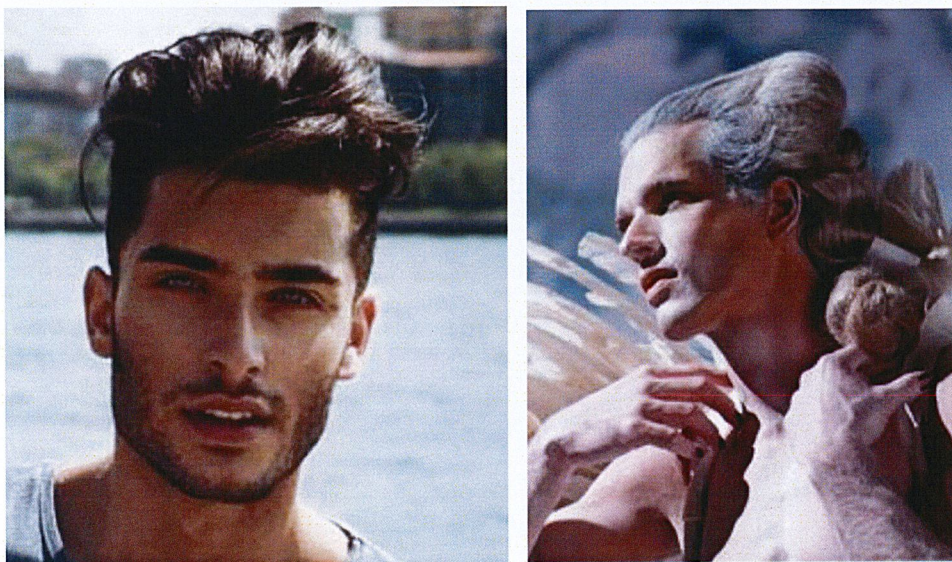
#### การแต่งหน้าของเทพลม

การแต่งหน้าของเทพลมทั้งสองคนมีความคล้ายกัน มีความแฟนซีมากกว่าไม่เป็นธรรมชาติเหมือนวินัส โดยเน้นใช้สีขาวที่เปลือกตาให้เหมือนกับลมที่คู่กับท้องฟ้า



ภาพที่ 4.19 ภาพตัวอย่างการแต่งหน้าของเทพลม  
 ที่มา pinterest.com[ออนไลน์], สืบค้นวันที่ 1 เมษายน 2562. เข้าถึงได้จาก  
[https://www.pinterest.com/meejean\\_snoopy/thesis/](https://www.pinterest.com/meejean_snoopy/thesis/)

#### การทำผมของเทพลม



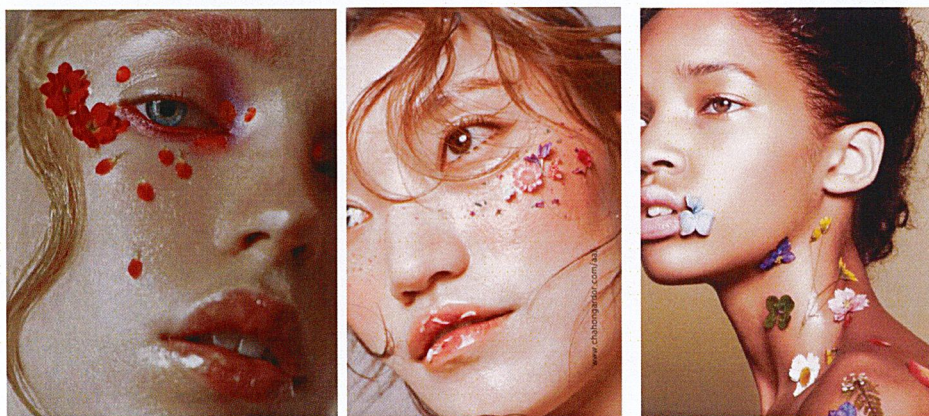
ภาพที่ 4.20 ภาพตัวอย่างการทำผมของเทพลมชาย  
 ที่มา pinterest.com[ออนไลน์], สืบค้นวันที่ 1 เมษายน 2562. เข้าถึงได้จาก  
[https://www.pinterest.com/meejean\\_snoopy/thesis/](https://www.pinterest.com/meejean_snoopy/thesis/)



ภาพที่ 4.21 ภาพตัวอย่างการทำผมของเทพลมหญิง  
ที่มา pinterest.com[ออนไลน์], สืบค้นวันที่ 1 เมษายน 2562. เข้าถึงได้จาก  
[https://www.pinterest.com/meejean\\_snoopy/thesis/](https://www.pinterest.com/meejean_snoopy/thesis/)

#### เทพพฤษาและบริวาร

การแต่งหน้าของเทพพฤษาและบริวารมีความแฟนซี มากกว่าธรรมชาติ โดยมีดอกไม้  
ไม่เป็นองค์ประกอบหลัก ติดบริเวณตา และ ใบหน้า



ภาพที่ 4.22 ภาพตัวอย่างการแต่งหน้าของเทพพฤษาและบริวาร  
ที่มา pinterest.com[ออนไลน์], สืบค้นวันที่ 1 เมษายน 2562. เข้าถึงได้จาก  
[https://www.pinterest.com/search/pins/?q=flower%20makeup&rs=typed&term\\_meta\[\]=flower%7Ctyped&term\\_meta\[\]=makeup%7Ctyped](https://www.pinterest.com/search/pins/?q=flower%20makeup&rs=typed&term_meta[]=flower%7Ctyped&term_meta[]=makeup%7Ctyped)



ภาพที่ 4.33 ภาพตัวอย่างการแต่งตาของเทพพฤษาและบริวาร  
 ที่มา pinterest.com[ออนไลน์], สืบค้นวันที่ 1 เมษายน 2562. เข้าถึงได้จาก  
[https://www.pinterest.com/search/pins/?q=flower%20makeup&rs=typed&term\\_meta\[\]=flower%7Ctyped&term\\_meta\[\]=makeup%7Ctyped](https://www.pinterest.com/search/pins/?q=flower%20makeup&rs=typed&term_meta[]=flower%7Ctyped&term_meta[]=makeup%7Ctyped)

#### การทำผมของเทพพฤษาและบริวาร



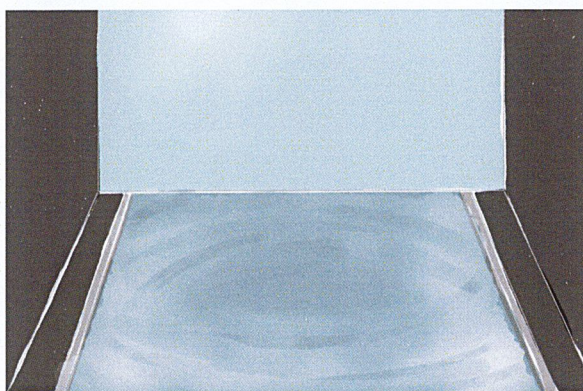
ภาพที่ 4.24 ภาพตัวอย่างการทำผมของเทพพฤษาและบริวาร  
 ที่มา pinterest.com[ออนไลน์], สืบค้นวันที่ 1 เมษายน 2562. เข้าถึงได้จาก  
<https://www.pinterest.com/pin/421931058838526218/>

## การออกแบบฉาก

การออกแบบฉากนั้นแบ่งออกเป็น 3 ฉากหลัก ได้แก่ ฉากพื้นน้ำของวินัส ห้องฟ้าของเทพลม และ ป่าของเทพพฤษษา ข้าพเจ้ามีความตั้งใจที่จะถ่ายในโรงถ่ายทำภาพยนตร์ทั้งหมดจึงต้องออกแบบฉากทั้งหมดโดยอ้างอิงจากภาพเขียน the birth of venus

### ฉากบ่อน้ำของวินัส

เนื่องจากวินัสเกิดขึ้นมาจากฟองคลื่นทะเล ข้าพเจ้าจึงลดทอนให้เหลือเพียงแค่บ่อน้ำท่ามกลางพื้นหลังสีขาว โดยเน้นที่แนวคิดเป็นหลัก



ภาพที่ 4.25 ภาพการออกแบบฉากบ่อน้ำของวินัส

บ่อน้ำต้องมีความกว้างมากกว่าความยาวเพราะการทำคอมพิวเตอร์กราฟฟิก ระยะลึกของน้ำนั้นทำงานได้ยากกว่าการทำให้บ่อน้ำขायในแนวยาว กระบะน้ำสร้างขึ้นมาจากกรอบไม้และปูด้วยผ้าใบสีดำเพื่อลดการสะท้อนและเติมน้ำลงไป เราถ่ายทำส่วนน้ำสีปกติก่อน ก่อนที่จะถ่ายฉากสีขาวต้องต้องผสมน้ำด้วยนมแทนที่จะใช้สีขาวเพื่อความปลอดภัยของนักแสดง



ภาพที่ 4.26 ภาพบ่อน้ำของวินัสในวันถ่ายทำ

### ฉากป่าของเทพพฤษยา

ในความตั้งใจแรกข้าพเจ้าต้องการที่จะเซทป่าขึ้นมาโดยการวางหญ้าเทียม วางต้นไม้ และ ดอกไม้จริง ในฉากแต่เนื่องจากค่าใช้จ่ายที่ราคาสูงและพื้นที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการเดิน ของนักแสดง



ภาพที่ 4.27 ภาพการออกแบบฉากป่าของเทพพฤษยา

ข้าพเจ้าได้ทำการออกแบบฉากใหม่โดยลดทอนลง โดยใช้ต้นไม้ปลอม 1 ต้น พร้อมดอกไม้ปลอมจำนวนหนึ่งวางบนพื้นหลังสีขาว และจะใช้คอมพิวเตอร์กราฟฟิกวาดภาพเขียน ขึ้นในพื้นที่สีขาวในภาพหลัง



ภาพที่ 4.28 ภาพฉากป่าของเทพพฤษยาในวันถ่ายทำ

### ฉากท้องฟ้าของเทพลม

ฉากของท้องฟ้าข้าพเจ้าออกแบบให้มีความเหนือจริงโดยการเต้นรำบนท้องฟ้าที่มีลักษณะเป็นภาพเขียน เป็นการเต้นรำบนเมฆ ที่ถ่ายทำบนกรีนสกรีน มีตัวอย่างจากภาพยนตร์เรื่อง lalaland โทสนีที่ออกมา นั้นจะต้องเหมือนกับภาพเขียน



ภาพที่ 4.29 ภาพฉากการเต้นรำบนท้องฟ้า จาก ภาพยนตร์เรื่อง LaLaLand  
ที่มา : ภาพยนตร์เรื่อง LaLaLand, [ออนไลน์] สืบค้นวันที่ 25 มกราคม 2562  
<https://www.youtube.com/watch?v=m5zdEQHuxOY&t=82s>

### ฉากภาพเขียน The Birth of Venus

เป็นการออกแบบภาพกราฟฟิกให้เหมือนกับภาพเขียนเพื่อนให้ดูชมรับรู้ได้ทันทีว่าเป็นภาพเขียน The Birth of Venus เพื่อไม่ให้ภาพดูนิ่งจนเกินไปรายละเอียดต่างๆในภาพ เช่น น้ำทะเล ดอกไม้ ใบไม้ สามารถขยับได้



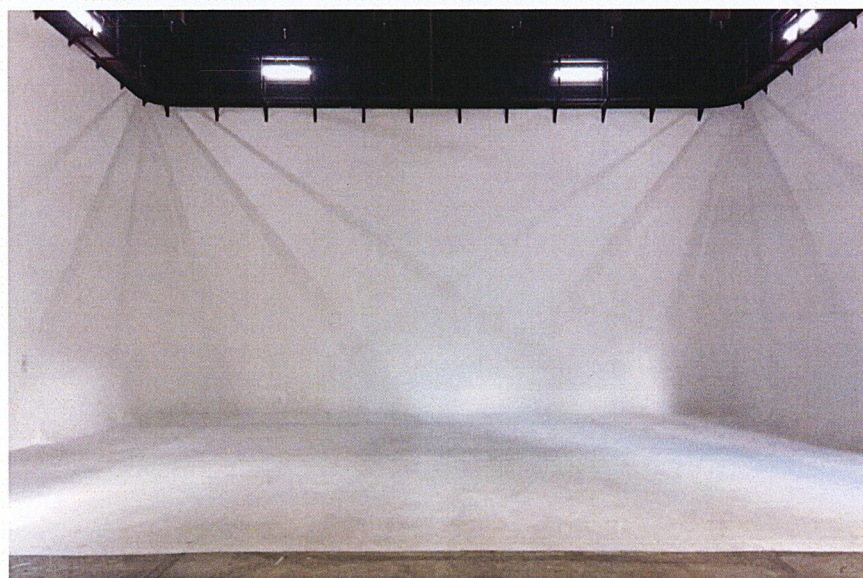
ภาพที่ 4.30 ภาพฉากจบภาพเขียน The Birth of Venus



ภาพที่ 4.31 ภาพฉากภาพเขียน The Birth of Venus

### สถานที่ถ่ายทำ

สถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ คือ Up Studio ตั้งอยู่ที่ซอยลาดพร้าว 41 สาเหตุหลักที่เลือกโรงถ่ายแห่งนี้คือ เราต้องการพื้นหลังสีขาวเพื่อใช้ในการถ่ายทำ แล้ว ส่วนใหญ่ใช้กรีนสกรีนในการทำงานจึงคิดว่าถ่ายในสตูดิโอจะสามารถควบคุมงานได้ทั่วถึง



ภาพที่ 4.32 ภาพสถานที่ถ่ายทำ Up Studio

### มุมมองและขนาดภาพ

เนื่องจากเป็นงานเครื่องสำอาง ข้าพเจ้าต้องการที่จะแสดงให้เห็นผิวหน้าอย่างชัดเจน รายละเอียดของการแต่งหน้าทั้งหมดใช้มุม close up เป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้ยังใช้ขนาดภาพนี้ในการเปิดตัววีธีอย่างช้าๆ เพื่อให้คนดูสนใจติดตามเนื้อเรื่อง



ภาพที่ 4.33 ภาพมุมมอง close up จากภาพยนตร์โฆษณา MTI

ในส่วนของการแสดงจะใช้เป็นขนาดภาพ medium shot และ long shot ในส่วนของ long shot ในบางช่วงใช้สำหรับการเปิดตัวตัวละคร เช่น เปิดตัววีธี หรือ เทพลมที่บินลงมาจากฟ้า สิ่งที่เพิ่มเติมขึ้นมาคือการเคลื่อนไหวของกล้องที่ต้องสอดคล้องกับการเคลื่อนไหวของการเต้น ทำให้การแสดงมีพลังมากขึ้น



ภาพที่ 4.34 ภาพมุมมอง long shot จากภาพยนตร์โฆษณา MTI

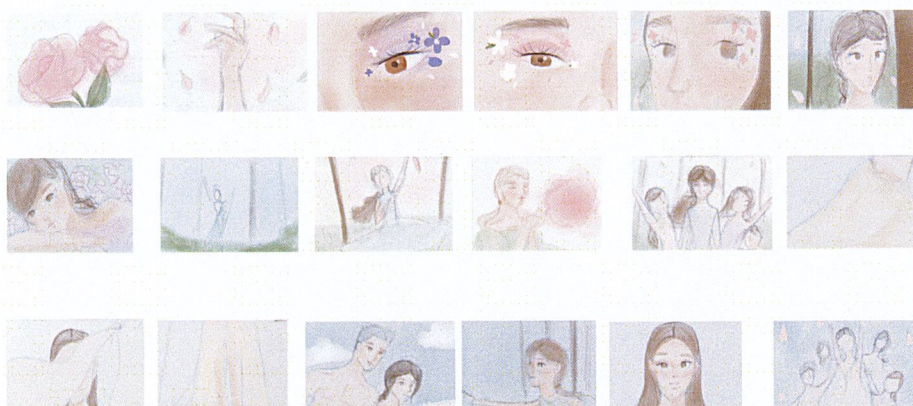


ภาพที่ 4.35 ภาพมุมกล้อง medium shot จากภาพยนตร์โฆษณา MTI

#### แผนการถ่ายทำ

การถ่ายทำถูกแบ่งออกเป็น 2 วัน เนื่องจากจำนวน shot ที่มีจำนวนมากและฉากที่ต่างกันจึงแบ่งวันได้ดังนี้

วันจันทร์ที่ 6 พฤษภาคม 2562











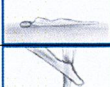




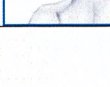







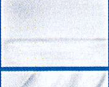










ภาพที่ 4.36 ภาพ storyboard ถ่ายทำในวันที่ 6 พฤษภาคม 2562

ในวันจันทร์ที่ 6 พฤษภาคม 2562 เป็นการถ่ายทำฉากจบ และ ฉากป่า ต้องมีนักแสดงทุกคน ในช่วงเช้าเราจะถ่ายแยกฉากจบของนักแสดงแต่ละคนก่อน เมื่อถ่ายฉากจบเสร็จสิ้นแล้ว ต่อด้วยฉากป่าของเทพพฤษชา

BREAKDOWN SHEET : THESIS		TITLE : MTI		SHOOTING DATE : 6 MAY 2019			REMARK
DIRECTOR : Jean		AD :		LOCATION : Up Studio			
SHOT	DESCRIPTION	VISUAL	TALENT	WARDROBE	ART/PROP	REMARK	
61	 8.00-10.00น. VENUS ถ่ายMS และ WSสำหรับEND SCENE		IRIS	ชุดวินัส		GREEN SCREEN	
59	 GOD OF WIND BLOCK GREEN สำหรับคิงตัวเทพม ถ่ายMS และ WSสำหรับEND SCENE		VICTOR PEAR	ชุดเทพม			
60	 GOD OF SPRING ถ่ายMS และ WSสำหรับEND SCENE		CAMILLE	ชุดเทพพฤษชา			
63	 10.30-11.00น. END SCENE ถ่ายแยกทีละคน						
64	 INSERT ผ้าปลิวผ่านหน้าของตัว วินัส		IRIS CAMILLE SARARA SEAH	ชุดวินัส ชุดเทพพฤษชา ผ้าคลุมตัววินัส	ดอกไม้ปลิว SET ป่า		
56	 11.15-12.00น. เทพพฤษชาหยิบผ้าเตรียมใส่ให้กับวินัส		CAMILLE	ชุดวินัส ชุดเทพพฤษชา ผ้าคลุมตัววินัส	SET ป่า		
54			IRIS	ชุดวินัส ชุดเทพพฤษชา ผ้าคลุมตัววินัส	SET ป่า		
55	 เทพพฤษชาและบริวารเดินเอาผ้าพันตัววินัส		IRIS CAMILLE SARARA SEAH		SET ป่า		
62	 12.45-14.00น. หมู่มวดเห็นว่า เผื่อมุมกล้อง LS,MS,CU		All TALENT	ทุกคน		GREEN SCREEN เมื่อBGขาว	
48	 LS เทพพฤษชาเดินร่ำอยู่ในป่า (ดอกไม้คือขยานาคอขยาลิว)		CAMILLE	ชุดเทพพฤษชา		SET UP ต้นไม้ ดอกไม้,กลีบดอกไม้	
49	 MS,CU เทพพฤษชาเดินร่ำอยู่ในป่า (ดอกไม้คือขยานาคอขยาลิว)		CAMILLE	ชุดเทพพฤษชา			
52	 14.15-14.45น. LS,MS,CU บริวารล้อมรอบเทพพฤษชา		CAMILLE SARARA SEAH	ชุดเทพพฤษชา ชุดบริวาร			
42	 15.00-17.00น. มือของเทพพฤษชาถ่ายเวทย์มนต์ มีดอกไม้ปลิวรอบๆ		CAMILLE	ชุดเทพพฤษชา			
43	 บริวารของเทพพฤษชา ลืมตาขึ้น		SARARA	ชุดบริวาร			
44			SEAH	ชุดบริวาร			
45	 บริวารของเทพพฤษชา หันมองมาทางวินัส		SEAH	ชุดบริวาร			
46			SARARA		SET UP ต้นไม้ ดอกไม้		
47			SARARA SEAH				
41	 17.15-18.00น. INTER CUT ดอกไม้ที่กำลังบาน				ดอกไม้หลายชนิด		



BREAKDOWN SHEET : THESIS		TITLE : MTI		SHOOTING DATE : 10 MAY 2019			REMARK
DIRECTOR : Jean		AD : เฌอ		LOCATION : Up Studio			
SHOT	DESCRIPTION	VISUAL	TALENT	WARDROBE	ART/PROP	REMARK	
33	 7.30-9.30น. วินัสเริ่มตาขึ้นมา		IRIS	ชุดวินัส	Set กระจกน้ำ		
34	 CU ที่ปากของวินัสที่ยังเป็นสีขาว						
37	 สิเริ่มเห็นตัววินัส มีลมพัดผมปลิวๆ						
38	 INSERT คิว						
39	 INSERT คิว						
29	 วินัส ใช้หลังมือแตะที่คอตัวเองเพื่อซึมซับสิ่งที่เกิดขึ้น						
27	 INSERT ไพล์						
26	 ตัววินัสค่อยๆมีสีเพิ่มขึ้นจากตอนแรกทีตัวเป็นสีขาว						
40	 วินัสที่เท้าของวินัสที่เดินบนน้ำ เห็นสีบนคอกไม้ปิลิวคบนผิวน้ำ (แสดงการมาของเทพพฤษษา)						
36	 INSERT มือลอยขึ้นจากน้ำ						
6	 9.45-12.00 วินัสนอนอยู่บนพื้นน้ำสีขาว		IRIS	เกาะอกพฤษษา	Set กระจกน้ำ		
14	 INSERT ราชองวินัสที่ก้าวลงหมุน						
7	 ผิวน้ำสีขาวมีน้ำสีขาวเกาะ						
8	 รับหลัง						
9	 รับมือ						
10	 คางค่อยๆเงยขึ้น						

	SHOT	DESCRIPTION	VISUAL	TALENT	WARDROBE	ART/PROP	REMARK		
11		ตัววีมีตเริ่มเคลื่อนไหว		IRIS		Set กระจกหน้า			
12		ผมสีขาวค่อยๆปลิว							
13		CU รับที่ตาของวินัสที่หลับอยู่							
4		มือสีขาวยื่นมาจากหน้า							
5									
1		<b>12.00-13.00</b> INSERT หน้าสีขาว/BGขาว							
2		INSERT คดีหน้าสีขาว							
3		พอกที่ตีขึ้น							
24		หยดน้ำสีฟ้าหยดลงมาจากหน้าสีขาว				หยดสี			
25		กล้องหมุนทอปเห็นหยดน้ำสีฟ้ากระจายตัวออก							
35		<b>13.45-15.30</b>		VICTOR PEAR	ชุดเทพม	GREEN SCREEN			
32		ภาพกว้างเห็นเทพมทั้ง2 กำลังตื่นว่า							
28		เทพมทั้ง2 เดินเป็นพลัง ให้สีขึ้นต่อบนตัวของวินัส							
31		เห็นเทพมทั้ง2 กำลังตื่นว่า							
15		รับตาของเทพมผู้ชาย							
16		รับคางหลังผ้าค่อยๆปลิว							

SHOT	DESCRIPTION	VISUAL	TALENT	WARDROBE	ART/PROP	REMARK
18	<b>15.45-16.45</b> เพลงหญิงชายมองไปข้างล่าง		VICTOR PEAR	ชุดเทพธิดา		GREEN SCREEN
19	เพลงหญิงชายมองไปข้างล่าง					
20	เพลงชายจ้องมอง					
21	<b>17.00-18.00น.</b> เพลงชายปล้ำลม					
22	ลมออกมาเป็นสีฟ้า					
30	มือของเพลงเข้าหากัน					
23	สีฟ้าหยดลงจากมือ					
17	เพลงผู้หญิงหมุนตัวนำป๊อ					

## ขั้นตอนการถ่ายทำภาพยนตร์ ( Production )

### การถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา

การถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา MTI ใช้เวลาการถ่ายทำเป็นเวลา 2 วัน ที่ up studio ในวันจันทร์ที่ 6 พฤษภาคม 2562 และ วันศุกร์ที่ 10 พฤษภาคม. 2562 ตามแผนขั้นตอนการทำงานที่วางไว้ในช่วงขั้นตอนการเตรียมงาน แม้ว่าจะผ่านการเตรียมงานมาเป็นเวลานาน การถ่ายทำทั้ง 2 วันเกิดปัญหาในหลายรูปแบบ ข้าพเจ้าพยายามควบคุมงานให้เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้ให้ได้มากที่สุด เพื่อไม่ให้เป็นอุปสรรคในขั้นตอนต่อไปของการทำงาน

### การถ่ายทำวันแรก

การถ่ายทำวันแรกวันที่ 6 พฤษภาคม 2562 เพื่อความรวดเร็วในการทำงานจึงมีกล้องทั้งหมด 2 ตัวในการทำงาน เพื่อประหยัดเวลาในการประกอบอุปกรณ์หรือการเก็บภาพ insert กล้องตัวแรกเน้นที่การถ่าย close up ผิว ของนักแสดง ส่วนกล้องตัวที่ 2 ใช้สำหรับการเคลื่อนกล้องเวลานักแสดงเต้น ในช่วงเช้าเริ่มจากการถ่ายฉากจบที่ต้องใช้กรีนสกรีนก่อน



ภาพที่ 4.38 ภาพการถ่ายทำฉากจบวันแรก



ภาพที่ 4.39 ภาพการถ่ายทำวีรณัศวินแรก



ภาพที่ 4.40 ภาพการถ่ายทำเทพมวันแรก

ในช่วงบ่ายได้ทำการเปลี่ยนฉากป่าดอกไม้โดยใช้พื้นหลังขาว จัดวางต้นไม้และดอกไม้



ภาพที่ 4.41 ภาพการถ่ายทำฉากป่าของเทพฤกษา

ปัญหาแรกที่พบคือเครื่องแต่งกายและการแต่งหน้าไม่ตรงกับการออกแบบของข้าพเจ้า โดยเฉพาะ วินัส และ เทพลมทั้งสอง แต่ไม่สามารถแก้ได้ทันเนื่องจากเวลาที่จำกัด ก่อนการถ่ายทำครั้งที่สองข้าพเจาคิดทบทวนว่า MTI ต้องแสดงภาพลักษณ์ที่สวยงาม มิฉะนั้นการสร้างโฆษณาชิ้นนี้จะไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควรจะเป็น ข้าพเจ้าจึงตัดสินใจที่จะเปลี่ยนชุดของ วินัส และ เทพลมทั้งสอง

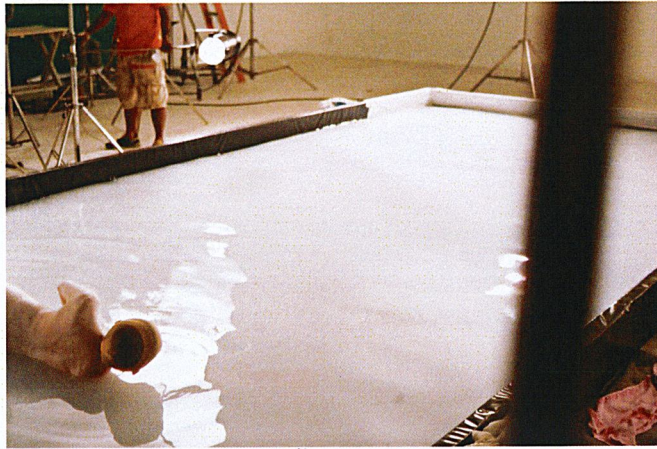
#### การถ่ายทำวันที่สอง

หลังจากการถ่ายทำวันแรกข้าพเจ้านำข้อผิดพลาดไปคิดทบทวน หาวิธีป้องกันไม่ให้เกิดความผิดพลาดซ้ำแล้วเพื่อการทำงานที่รอบคอบมากขึ้น ก่อนวันถ่ายทำ 1 วัน วันพฤหัสบดีที่ 9 พฤษภาคม ทีมงานได้เข้าไปเซทบ่น้ำของวินัสก่อนการถ่ายทำ

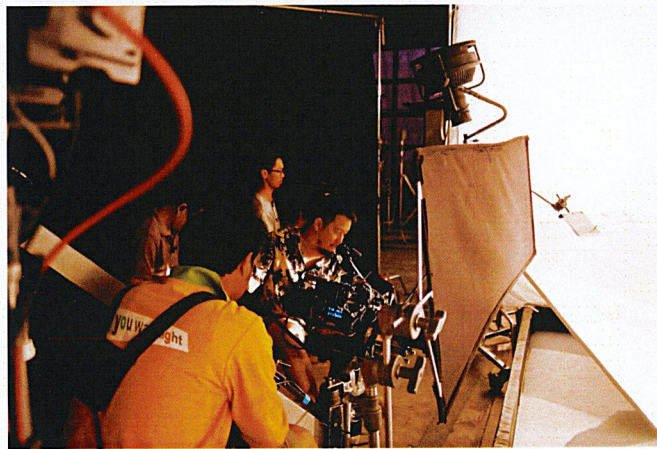
วันศุกร์ที่ 10 พฤษภาคม การถ่ายทำวันที่สอง เกิดปัญหาขึ้นตั้งแต่ยังไม่เริ่มถ่ายนักแสดงผู้รับบท วินัส เกิดอาการภูมิแพ้ทำให้มาถึงสถานที่ถ่ายทำได้ล่าช้ากว่ากำหนดการ จึงต้องยกฉาก มือสีขาวยื่นมาจากน้ำมาถ่ายก่อน ทำให้การถ่ายทำนั้นล่าช้ากว่ากำหนด การถ่ายทำฉากของวินัสนั้นผ่านไปได้อย่างราบรื่น แต่ด้วยเวลาที่เหลือน้อยทำให้เวลาถ่ายการถ่ายทำฉากท้องฟ้าของเทพลมน้อยมาก จึงมีขนาดภาพที่ไม่มาก ไม่สามารถเก็บรายละเอียดได้อย่างที่ตั้งใจ



ภาพที่ 4.42 ภาพการถ่ายทำวันที่สอง ฉากวินัสสีขาว



ภาพที่ 4.43 ภาพการถ่ายทำฉากบ่อน้ำสีขาว



ภาพที่ 4.44 ภาพการถ่ายทำวันที่สอง



ภาพที่ 4.45 ภาพการถ่ายทำฉากเทพลมวันที่สอง



ภาพที่ 4.46 ภาพการถ่ายทำวันที่สอง



ภาพที่ 4.47 ภาพฉากของการถ่ายทำวันที่สอง

## ขั้นตอนหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ (Post - Production)

ขั้นตอนหลังการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา เป็นอีกขั้นตอนที่ใช้เวลานานเนื่องจากมีฉากที่ใช้คอมพิวเตอร์กราฟฟิกเป็นจำนวนมาก มีการประสานงานหลายขั้นตอน จากการทำงานของหลายๆฝ่าย ผู้ตัดต่อ ผู้ทำคอมพิวเตอร์กราฟฟิก ผู้ทำสีภาพ และ ผู้ทำเสียง

### การตัดต่อและการเรียงลำดับภาพ

เนื่องจากข้าพเจ้าได้ใช้กล้อง ARRI ALEXA ในการถ่าย ไฟล์ภาพจึงมีขนาดใหญ่เกินกว่าที่คอมพิวเตอร์ของข้าพเจ้าจะรับไหว อีกทั้งเป็นไฟล์ที่ข้าพเจ้าไม่คุ้นเคยจึงจำเป็นต้องเข้าห้องตัดต่อ ข้าพเจ้าได้รับความช่วยเหลือจากผู้ตัดต่อโดยรับหน้าที่ตัดต่อโฆษณาขั้นนี้ให้กับข้าพเจ้า ในวันแรกของการตัดต่อเริ่มจากการไล่ดูภาพทั้งหมดที่เรามี ถึงแม้ว่าเราจะมีบอร์ดภาพที่เล่าเรื่องอยู่แล้ว แต่เราก็ต้องการเลือกภาพที่มีความสวยงาม สมบูรณ์มากที่สุด เราอาจจะพบบาง shot ที่เราไม่คาดถึงและสามารถนำไปใช้ในงานก็เป็นได้

วันตัดต่อวันที่สองหลังจากได้เลือกภาพทั้งหมด ต่อมาเป็นขั้นตอนการเรียงภาพแบบหยาบตามบอร์ดภาพ เราสามารถตัดสลับกับโดยที่ไม่ต้องอ้างอิงจากบอร์ดภาพได้ถ้าหากว่าข้าพเจ้าและผู้ตัดต่อได้แนวคิดใหม่ ข้าพเจ้าได้รับแนวคิดจากมุมมองของผู้ตัดทำให้ข้าพเจ้าได้เห็นการเรียบเรียงที่ดีขึ้น

วันตัดต่อวันที่สาม หลังจากการเรียบเรียงแบบหยาบข้าพเจ้าและผู้ตัดได้เว้นวันทำงานไว้ 2-3วัน เพื่อที่ไม่ทำให้เกิดภาพติดตาทำให้ไม่สามารถแยกความรู้สึกของงานได้ เมื่อกลับมาดูงานที่ตัดไว้ก็พบว่ายังมีบางส่วนที่ต้องแก้ไข พร้อมทั้งใส่ฟุทเทจที่ชื่อมาเพิ่มเติมจากภาพที่เราไม่สามารถถ่ายได้ด้วยตัวเอง เมื่อพอใจกับการเรียงภาพแล้ว ข้าพเจ้าจะนำงานขั้นนี้ทำ online ที่ห้องตัดต่อ Positive 4

### การทำ Online

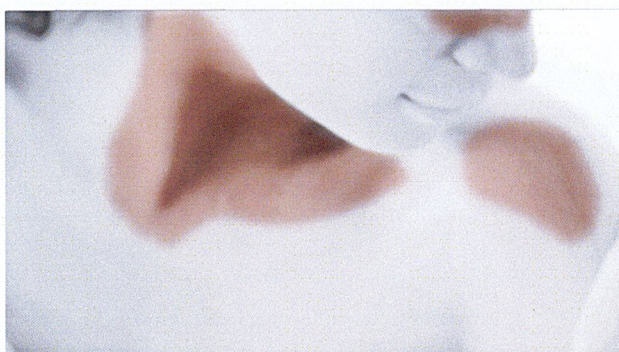
การทำ online ที่ ห้องตัดต่อPositiveเริ่มจากการแก้สีของภาพ เนื่องจากมีฉากผิวขาวที่ยังดูเหมือนสีเนื้อจึงปรับสีให้ขาวขึ้น และการทำให้ผิวหน้าดูเรียบเนียน ลบรอยแผลเป็น ลบรูเจาะหู ของนักแสดงทุกคนที่ปรากฏในภาพ

### การทำเทคนิคพิเศษคอมพิวเตอร์กราฟฟิก

การทำเทคนิคพิเศษ หรือ CG มีขั้นตอนการทำงานที่ซับซ้อนและใช้เวลานานที่สุดในขั้นตอนหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ หลังจากที้ออกแบบพื้นหลังคร่าวๆในขั้นตอนเตรียมการก่อนถ่ายทำ ข้าพเจ้าจึงนำการออกแบบมาผสมกับภาพที่ข้าพเจ้าได้ถ่ายทำมา การทำเทคนิคพิเศษนี้แยกออกเป็น 2 อย่าง คือ การทำพื้นหลัง และ การทำเอฟเฟกพิเศษในภาพ เนื่องจากมีปริมาณข้อต่อที่มากจึงแบ่งงานให้ผู้ทำคอมพิวเตอร์กราฟฟิกแยกเป็น 2 ที่ โดย ที่หนึ่งรับผิดชอบเรื่องพื้นหลัง และ อีกที่หนึ่งรับผิดชอบเรื่องเอฟเฟกพิเศษ

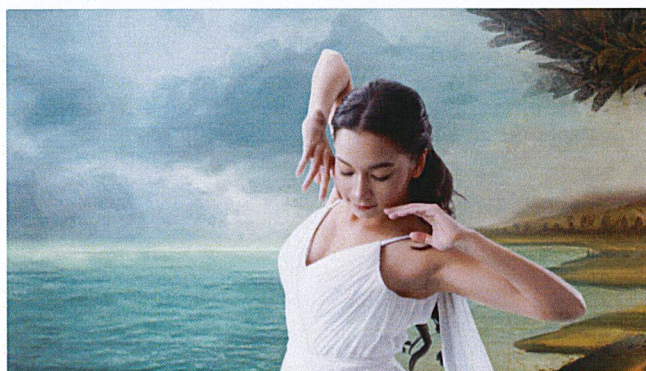
### การทำเทคนิคพิเศษของวินัส

ฉากสำคัญของภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้คือ ฉากที่วินัสค่อยๆเปลี่ยนจากสีขาวเป็นเนื้อ สีเนื้อค่อยๆซึมสู่ผิวของวินัส



ภาพที่ 4.48 ภาพการทำคอมพิวเตอร์กราฟฟิกผิวของวินัส

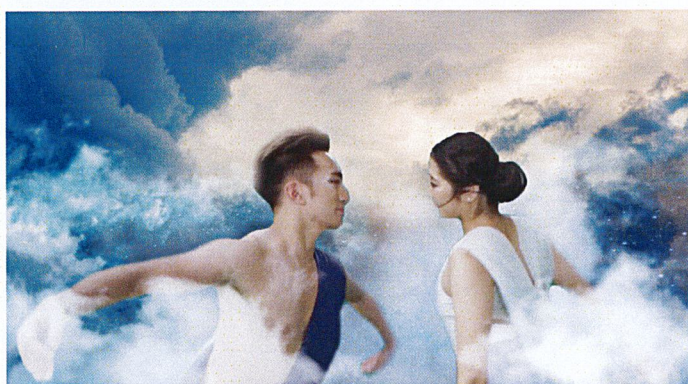
การทำพื้นหลังจากภาพ The Birth of Venus



ภาพที่ 4.49 ภาพพื้นหลังเทคนิคพิเศษของฉากวินัส

### การทำเทคนิคพิเศษของฉากเทพลม

เป็นฉากที่ใช้การทำเทคนิคพิเศษเยอะที่สุดของเรื่อง ข้าพเจ้าเริ่มจากนำภาพหนึ่งที่ถ่ายมาใส่ภาพท้องฟ้าและควีนลงไปโปรแกรม Photoshop เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ทำเทคนิคพิเศษและพัฒนาไปสู่ภาพเคลื่อนไหว



ภาพที่ 4.50 ภาพตัวอย่างก่อนทำเทคนิคพิเศษของฉากเทพลม



ภาพที่ 4.51 ภาพตัวอย่างก่อนทำเทคนิคพิเศษของฉากเทพลมแบบเต็มตัว

ข้าพเจ้าต้องการให้ควีนที่เปรียบเสมือนเวทย์มนต์ที่เต็มสีให้กับวินัส เคลื่อนไหวตามการเต้นขอเทพลมเพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับงาน โดยเฉพาะจังหวะการหมุนตัว และ เตชะข้าพเจ้าคิดว่าฉากนี้มีความท้าทายเป็นอย่างมากเพราะจะทำอย่างไรไม่ให้เกิดการซ้อนภาพของเทพลมและท้องฟ้าดูปลอม ข้าพเจ้าจึงเพิ่มแนวคิดหลักใช้ลักษณะของภาพเขียนใส่ลงไปภาพของท้องฟ้า และใช้ก้อนเมฆอีกหนึ่งชั้นปิดเท้าและขาของนักแสดงบางๆ



ภาพที่ 4.52 ภาพพื้นหลังเทคนิคพิเศษของฉากเทพลมแบบครึ่งตัว



ภาพที่ 4.53 ภาพพื้นหลังเทคนิคพิเศษของฉากเทพลมแบบเต็มตัว

#### การทำเทคนิคพิเศษของฉากเทพพฤษกา

การทำเทคนิคพิเศษของฉากเทพพฤษกาเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภาพหลังการถ่ายทำ ข้าพเจ้าไม่ได้ตั้งใจที่จะเพิ่มพื้นหลังในตอนแรก เมื่อข้าพเจ้าได้ดูภาพของฉากป่าหลายๆ ครั้งก็รู้สึกว่ เราสามารถเพิ่มเทคนิคพิเศษลงไปทดแทนพื้นที่สีขาวที่ดูโล่งเกินไปได้เพื่อทำให้ฉากป่าดูน่าสนใจมากขึ้นกว่าการที่ให้นักแสดง แสดงการเดินไปเรื่อยๆ เพื่อให้แตกต่างกับฉากของเทพลมที่ใช้การซ้อนในภาพเขียนตลอดเวลา และ เพื่อให้สอดคล้องกับเรื่องราวที่เทพพฤษกาตื่นขึ้นมาเพราะการเกิดมาของวินัส ข้าพเจ้าได้แนวคิดว่ หลังจากทีเทพพฤษกาตื่นขึ้นจากป่าที่มีพื้นหลังสีขาวก็ถูกมนต์ของเทพพฤษกาและบริวารเพิ่มสีสันในช่องว่างสีขาวอย่างช้าๆ



ภาพที่ 4.54 ภาพตัวอย่างก่อนทำเทคนิคพิเศษฉากป่าของเทพพฤษยา



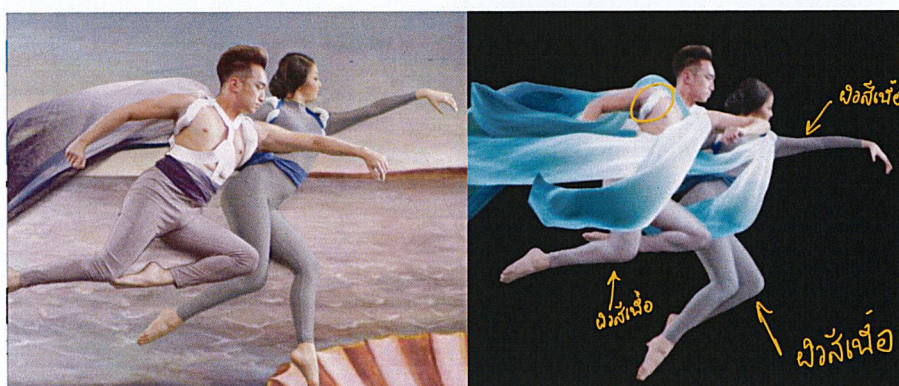
ภาพที่ 4.55 ภาพเทคนิคพิเศษฉากป่าของเทพพฤษยา



ภาพที่ 4.56 ภาพเทคนิคพิเศษฉากป่าของเทพพฤษยา

### การทำเทคนิคพิเศษฉากจบ the Birth of Venus

การทำเทคนิคพิเศษฉาก the Birth of Venus เป็น ฉากที่สำคัญที่สุดของเรื่อง เป็นภาพจบ ที่ต้องให้คนดูรู้ว่านี่คือภาพ the Birth of Venus แนวคิดหลักของฉากนี้คือ ทำให้องค์ประกอบของภาพสามารถเคลื่อนไหวได้อย่าง คลื่นน้ำ ดอกไม้ และ ใบไม้ เพื่อให้ภาพดูนิ่งและมีมิติมากขึ้น สิ่งที่ต้องแก้ไขจากการถ่ายทำในฉากนี้คือ เนื่องจากมีการ เปลี่ยนชุดของนักแสดงแทลอมและวินัส ในบทของวินัสนั้นไม่มีปัญหาเนื่องจากสามารถ ถ่ายใหม่ได้ทันเวลา แต่แทลอมทั้งสองนั้นไม่มีเวลาเพียงพอที่จะถ่ายฉากจบอีกครั้ง จึงใช้วิธีการแก้ไขเสื้อผ้าของแทลอมโดยการเขียนคอมพิวเตอร์กราฟฟิกขึ้นมาทับชุดเดิม



ภาพที่ 4.57 ภาพการเปรียบเทียบก่อนหลังการทำเทคนิคพิเศษของแทลอม

สิ่งที่ต้องเพิ่มเติมคือ การเขียนผ้าขึ้นมาทับตัวของแทลอมเพื่อลดการทำงานส่วนอื่น เปลี่ยนสีเทาให้การเป็นสีเนื้อ และลบสายคาดอกของแทลอมชาย



ภาพที่ 4.58 ภาพแทลอมหลังทำเทคนิคภาพเศษในฉากจบ

## การทำ Online

หลังจากที่การทำงานของเทคนิคพิเศษเสร็จสิ้นทั้งหมดแล้ว ข้าพเจ้าได้กลับไปที่ห้องตัด Positive 4 อีกเครื่องเพื่อประกอบเทคนิคพิเศษกับภาพทั้งหมด พร้อมทั้งแก้สีของภาพ และใส่ข้อความของแบรนด์



ภาพที่ 4.59 ภาพจบของภาพยนตร์โฆษณา MTI

### การทำเสียง ( Final Mix )

หลังจากได้ภาพที่สมบูรณ์แล้ว ข้าพเจ้ากลับไปทำเสียงที่ บริษัท wild at heart เพื่อแก้ไขเพลง และ เพิ่มเสียงประกอบ ในเพลงเดิมมีความรู้สึกที่ใหญ่กว่าภาพที่ข้าพเจ้าได้ถ่ายทำมา มาให้ภาพและเสียงเข้ากันได้ไม่ตึงเครียด ข้าพเจ้าลดความใหญ่่อลังการของเพลงลง เพิ่มความหวาน ให้เพลงอ่อนลง หลังจากนั้นก็ได้ปรึกษากับผู้ออกแบบเสียง เพื่อที่จะใส่ลักษณะของเสียงที่ช่วยเพิ่มการเล่าเรื่องในแต่ละฉาก แบ่งเป็น 5 ช่วงคือ

1. ช่วงที่วินัสเกิดมาตัวสีขาว มีเสียงที่น่าค้นหา เหมือนมีบางอย่างกำลังจะเกิดขึ้น
2. ช่วงเทพลมมองเห็นวินัสและร้ายมนต์ มีเสียงความมหัศจรรย์
3. ช่วงวินัสมีสีชมพูเข้าตัว ต้องมีความมหัศจรรย์
4. ช่วงป่าของเทพพฤษยา มีเสียงที่นิ่งสงบ อ่อนหวาน
5. ช่วงรวมตัวกันทั้งหมด มีเสียงเหมือนการเฉลิมฉลอง มีความสุข

## บทที่ 5

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

#### บทสรุป

การถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา MTI ทำให้ข้าพเจ้าได้เรียนรู้ขั้นตอนการทำงานทุกขั้นตอนอย่างแท้จริง เริ่มตั้งแต่การสำรวจแบรนด์ คิดแนวคิดหลัก ไปจนถึง การผลิตงาน ทำให้ข้าพเจ้าเข้าใจการทำงานมากขึ้น รู้จักวิธีการทำงาน และทำงานร่วมกับผู้อื่น การศึกษาในครั้งนี้เปรียบเหมือนการทดลองการทำงานจริงของข้าพเจ้า ทำให้ข้าพเจ้าได้พัฒนาตนเองมากขึ้น

การสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับแบรนด์ MTI ตามจุดประสงค์ของข้าพเจ้า ข้าพเจ้าพบว่าประสบความสำเร็จ จากคนที่ได้รับชมผลงานของข้าพเจ้า ภาพยนตร์โฆษณาชุดนี้ แตกต่างไปจากภาพยนตร์โฆษณาของ MTI ทุกตัวที่เคยมีการผลิตมา ทำให้ MTI มีภาพลักษณ์ที่เหมาะสมกับคำว่า เครื่องสำอางสำหรับช่างแต่งหน้ามืออาชีพ

การออกแบบกำกับศิลป์สามารถเห็นได้อย่างชัดเจนในภาพยนตร์โฆษณาชุดนี้ ทุกขั้นตอนได้ผ่านการออกแบบก่อนการถ่ายทำเป็นเวลาหลายเดือน เพื่อป้องกันความผิดพลาด ความรวดเร็วในการทำงาน และ งานที่ข้าพเจ้าหวังว่าจะมีประสิทธิภาพตามที่ข้าพเจ้าคาดหวังไว้

การศึกษาภาพยนตร์โฆษณาประเภทความงาม ทำให้ข้าพเจ้าได้ศึกษาและเห็น ภาพยนตร์โฆษณาประเภทความงามหลายรูปแบบ ข้าพเจ้าได้เรียนรู้วิธีการคิด มุมกล้อง ขนาดภาพที่เหมาะสมกับงานผิว วิธีการที่ทำให้นักแสดงถ่ายออกมาดูสวยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสนับสนุนสินค้า ถือว่าเป็นการเรียนรู้ที่ได้ประโยชน์ต่อข้าพเจ้า

## ข้อเสนอแนะ

### ปัญหาที่พบบ่อยระหว่างการผลิตภาพยนตร์โฆษณา

ปัญหาที่พบบ่อยระหว่างการผลิตภาพยนตร์โฆษณา ปัญหาที่ข้าพเจ้าพบคือ ข้าพเจ้าพบว่าในกระบวนการเตรียมงานก่อนถ่ายทำข้าพเจ้ายังเห็นภาพไม่ชัดเจน แล้วยังไม่รอบคอบพอ ผู้กำกับต้องมีภาพที่ชัดเจนทุกอย่าง เรื่องเนื้อเรื่อง ตัวละคร เสื้อผ้า การแต่งหน้า หรือ การออกแบบศิลป์ ข้าพเจ้ายังพบว่าตัวเองยังไม่สามารถเห็นภาพที่ชัดเจนได้อย่างแท้จริง ตัวอย่างเช่นสิ่งที่เป็นปัญหามากที่สุดในการผลิตครั้งนี้คือ เครื่องแต่งกาย การแต่งหน้า และ กล้อง ข้าพเจ้าไม่ได้เห็นชุดจริงจนกระทั่งวันถ่ายทำวันแรกทำให้ไม่ใช้ภาพที่ถ่ายในวันแรกเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังทำให้เวลาในการถ่ายทำวันที่ 2 มีเวลาที่จำกัดลงอีกด้วย ข้าพเจ้าควรศึกษาเรื่องมุมกล้องและการเคลื่อนไหวของกล้องให้มากกว่านี้ เนื่องจากตามความรู้สึกส่วนตัวของข้าพเจ้าพบว่า ภาพยนตร์โฆษณาชุดนี้มีขนาดภาพที่คล้ายกันจำนวนมาก

## บรรณานุกรม

MTI. MTI Catalogue.กรุงเทพมหานคร : MTI, 2560

สินค้า ราคา ช่องทางการจำหน่าย และ ช่องทางการส่งเสริมทางการตลาดของ MTI [ออนไลน์], สืบค้น 23 สิงหาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.mti.co.th/>

คู่แข่งที่สำคัญของ MTI. 10อันดับเครื่องสำอางยอดขายสูงที่สุดในโลก.[ออนไลน์] สืบค้นวันที่ 23 สิงหาคม 2561 เข้าถึงได้จาก<https://undubzapp.com/เครื่องสำอาง-ยอดขายสูงที่สุดในโลก/>

MTI แปรนต์ไทยนี้ มีดีกว่าที่คุณคิด[ออนไลน์] สืบค้นวันที่ 23 สิงหาคม 2561 เข้าถึงได้จาก <https://pantip.com/topic/37905878>

MTI เป็นยี่ห้อระดับไหนคะ[ออนไลน์] สืบค้น 23 สิงหาคม 2561 เข้าถึงได้จาก <https://pantip.com/topic/37905878>

wikipedia.The Birth of Venus[ออนไลน์], สืบค้น 1 ตุลาคม 2561. เข้าถึงได้จาก [https://en.wikipedia.org/wiki/The\\_Birth\\_of\\_Venus](https://en.wikipedia.org/wiki/The_Birth_of_Venus)

ภาษาต่างประเทศ

L'Oréal Branding Film Pub Makeup L'Oréal[ออนไลน์], สืบค้น 1 ตุลาคม 2561 เข้าถึงได้จาก <https://vimeo.com/143025486>

LOréal Color Riche[ออนไลน์], สืบค้น 1 ตุลาคม 2561 เข้าถึงได้จาก <https://vimeo.com/144732366>

Mayberlline brand video 2017 [ออนไลน์], สืบค้น 1 ตุลาคม 2561 เข้าถึงได้จาก <https://vimeo.com/236631803>

Ariana Grande - God is a woman[ออนไลน์], สืบค้น 1 ตุลาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.youtube.com/watch?v=kHLHSIExFis>

