

การกำกับภาพยนตร์สื่อโฆษณาณรงค์ “วัยรุ่นหยุดสูบ”

DIRECTING FOR ADVERTISING CAMPAIGN FILM “STOP SMOKING TEEN”



พุฒิพัฒน์ ไตรวันวิวัฒน์

PUTTIPAT TOWANWIWAT

ศิลปนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาภาพยนตร์และดิจิทัล มีเดีย ภาควิชานิเทศศิลป์

คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ปีการศึกษา 2565

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การกำกับภาพยนตร์สื่อโฆษณาณรงค์ “วัยรุ่นหยุดสูบ”

DIRECTING FOR ADVERTISING CAMPAIGN FILM “STOP SMOKING TEEN”



พุฒิปัตน์ ไตรวันวิวัฒน์

PUTTIPAT TOWANWIWAT

ศิลปนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาภาพยนตร์และดิจิทัล มีเดีย ภาควิชานิเทศศิลป์

คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ปีการศึกษา 2565

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ใบรับรองศิลปนิพนธ์

หัวข้อศิลปนิพนธ์ การกำกับภาพยนตร์สื่อโฆษณาณรงค์ “วัยรุ่นหยุดสูบ”
นักศึกษา นาย พุฒิพัฒน์ โตรวันวิวัฒน์
รหัสประจำตัว 62020314
ปริญญา ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา ภาพยนตร์และดิจิทัล মিเดีย
ภาควิชา นิเทศศิลป์
คณะ สถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ
ปีการศึกษา 2565
อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์ อาจารย์ ตลชนก วรวงศ์มาตา

()

อาจารย์ที่ปรึกษา

วันที่ 19 เดือน พฤษภาคม พศ. 2566

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์	การกำกับภาพยนตร์สื่อโฆษณาณรงค์ “วัยรุ่นหยุดสูบ”
นักศึกษา	นาย พุฒิพัฒน์ โตวันวิวัฒน์
รหัสประจำตัว	62020314
ปริญญา	ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา	ภาพยนตร์และดิจิทัล มิเดีย
ภาควิชา	นิเทศศิลป์
คณะ	สถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ
ปีการศึกษา	2565
อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์	อาจารย์ ดลชนก วรวงศ์มาตา

บทคัดย่อ

ศิลปนิพนธ์ชิ้นนี้เกิดจากความห่วงใยคนรอบข้างและความสนใจของตัวข้าพเจ้าในการสร้างภาพยนตร์โฆษณาเพื่อรณรงค์ให้วัยรุ่นเลิกสูบบุหรี่ไฟฟ้าและเข้าใจถึงความอันตรายผ่านการเล่าเรื่องแบบเรียบง่ายแต่ชัดเจน เนื้อหาที่มาจากความสำคัญของปัญหาในเรื่องเริ่มต้นกระบวนการทำงานทางความคิดของข้าพเจ้าเป็นสิ่งที่ยากแต่ท้าทายในการทำงานจนเกิดการพัฒนาศักยภาพในการทำงานและความคิดเป็นอย่างมาก ซึ่งนำไปสู่หัวข้อหลักที่ว่า “ถ้าแคร้ แค่หยุดสูบ” เพื่อที่จะเข้าใจได้ง่ายและเผยแพร่ออกไปให้กับกลุ่มวัยรุ่นมากขึ้นในรูปแบบไม่รุนแรงและสร้างประเด็นที่น่าติดตามในเรื่องราว

การศึกษาครั้งนี้ ข้าพเจ้าคาดหวังว่าจะบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของการทำภาพยนตร์โฆษณา เพื่อการรณรงค์ให้วัยรุ่นไทยหยุดสูบได้แม้เล็กน้อยถึงมากในเชิงสถิติต่อปีเพื่อให้สังคมของเราสุขภาพดีขึ้นด้วย ความห่วงใย ตั้งใจที่จะทำศิลปนิพนธ์นี้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่สังคมไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

ในการจัดทำศิลปนิพนธ์ชิ้นนี้ของข้าพเจ้า เกิดจากการทำงานร่วมกันของบุคคลที่มากมาย ข้อมูลที่มาจากหลายแห่ง ประสบการณ์ที่ได้สัมภาษณ์ประสบพบเจอกับ ความรู้ ความคิด ของผู้คนหลายช่วงวัย และผู้มีพระคุณทั้งหลายที่ให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ และอุปกรณ์ต่างๆ จนสำเร็จลุล่วง

ข้าพเจ้าขอขอบคุณ มุลนิธิธรรงค์ เพื่อการไม่สูบบุหรี่ ASH Thailand ผู้ให้พื้นที่สนับสนุน ให้ข้อมูลที่ถูกต้องแนะนำอย่างดีและพร้อมจะนำผลงานศิลปนิพนธ์ชิ้นนี้เผยแพร่ไปสู่สังคมในทุกทางทั้ง บนโลกออนไลน์ ชุมชน โรงเรียน สถานศึกษา โรงพยาบาลและหน่วยงานสุขภาพ ต่างๆ ต่อไปด้วยดี

ขอขอบคุณ ผศ.ดร.เขมพัทธ์ พัชรวิชญ์ และ อาจารย์ ตลชนก วรวงศ์มาตา ที่คอยชี้แนะ แนวทางให้คำปรึกษาพัฒนาศิลปนิพนธ์นี้ด้วยความยินดีเสมอมาตลอดกระบวนการทั้งหมด จนเกิด ประสิทธิภาพสูงสุดของตัวงานรวมถึงศักยภาพของข้าพเจ้าอย่างดี

ขอขอบคุณผู้อำนวยการในสายอาชีพโฆษณาที่คอยให้คำติชมให้คำปรึกษาเพื่อก่อแนวทางการ พัฒนาศิลปนิพนธ์นี้เป็นที่เหมาะสมและมีมาตรฐานที่ดี ได้แก่ คุณ วิกรม เจนพนัส ผู้กำกับฝ่ายศิลป์ คุณ ภริณี วศินชัย ผู้กำกับโฆษณา, คุณ พิชชากร จารุเศรษฐการ ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์

ขอขอบคุณทีมงานที่ช่วยการถ่ายทำจนสำเร็จลุล่วง ได้แก่ กัญญา ลีเจริญงาม, ศุภกานต์ รัก บำรุงพงศ์, พันธวัช กาญจนภิญโญ, ฐานพัฒน์ สวัสดิ์รัมย์, วุฒิพงษ์ นาคเฮง, ณพวรรณ เหมือนแหลม, สุวิ ชญา โล่ธวัชชัย, ภาณุพงศ์ ชาญนรา, อัศวิน สินธิพงษ์, ศุภมิตร แสนเพชร, ธีรภัทร วิโรจน์สกุลชัย, ไอรินกมล วรชัตร์, นราวิชญ์ กิรินันท์ปรีชา, กฤติยา ราญมีชัย, กนกกลดา สีหะเสน, นันทชัย ปราณิต, ธนวัฒน์ ตั้งวิบูลย์ทวี, พรรณพนัช วัดเผือก, ทิพย์วารี บุพามาตัง ตลอดจนทุกคนที่มีส่วนร่วมในทุกๆ ตำแหน่งงาน และสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่อำนวยความสะดวกที่ถ่ายทำ

พศุภพัฒน์ โดวันวิวัฒน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

บทคัดย่อ	4
กิตติกรรมประกาศ	5
สารบัญ	6
บทที่ 1 บทนำ	8
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ	8
1.2 วัตถุประสงค์	8
1.3 ขอบเขตโครงการ	8
1.4 ลักษณะโครงการ	8
1.5 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย	9
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
บทที่ 2 การค้นคว้าและศึกษาข้อมูล	10
2.1. ศึกษาการหาแนวคิดวิธีของผู้กำกับโฆษณา	11
2.2. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้า	11
2.3 ผลกระทบจากบุหรี่ไฟฟ้าที่มีผลต่อร่างกาย	12
2.4 ข้อมูลสินค้าและการซื้อบุหรี่ไฟฟ้าในไทย	12
2.5. ศึกษาเกี่ยวกับมูลนิธิการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่	15
2.6.ศึกษาค้นคว้าความสนใจของกลุ่มวัยรุ่นต่อบุหรี่ไฟฟ้า	16
บทที่ 3 การสร้างสรรค์บทภาพยนตร์โฆษณา	20
3.1 ปัญหา (Primary Problem)	20
3.2. ข้อมูลองค์กร (Brand Information)	20
3.3. เป้าหมายหลักของมูลนิธิการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่	21
3.4. ที่มาของความคิด (Background)	21
3.5.ข้อมูลเชิงจิตวิทยา (insight)	21
3.6. ความคิดหลัก (Big Idea)	21
3.7. รูปแบบการนำเสนอ (Platform)	21
3.8. วิธีการนำเสนอด้วยบทภาพ (Storyboard)	22

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4 การเตรียมงานก่อนถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา	25
4.1 การวางแผนแก้ไขและทดลองถ่าย Test Scene	25
4.2 เลือกนักแสดง Casting	26
4.3 การลงพื้นที่ เพื่อหาสถานที่ถ่ายทำ Scout Location	27
4.4 การวางแผนประมาณการถ่ายทำ Budget Plan	28
4.5 ตารางการถ่ายทำ Brake Down	29
4.6 ตารางนัดหมายกองถ่าย Call Sheet	31
บทที่ 5 การสร้างงานถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา	33
5.1 การถ่ายทำในคิวที่ 1	33
5.2.1 การถ่ายทำในคิวที่ 2.1	34
5.2.2 การถ่ายทำในคิวที่ 2.2	35
บทที่ 6 ขั้นตอนหลังถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา	36
6.1 การลำดับภาพแบบหยาบ (Rough Cut)	36
6.2 การลำดับภาพแบบสมบูรณ์ (Fine Cut)	36
6.3 การใช้ดนตรีประกอบ (Music Score)	37
6.4 การปรับแต่งสี (Color Grading)	39
บทที่ 7 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	42
7.1 บทสรุป	42
7.2 ข้อเสนอแนะ	42
บรรณานุกรม	43
ภาคผนวก	44
ภาคผนวก ก เบื้องหลังการถ่ายทำ	45
ภาคผนวก ข ภาพการนำเสนอ	46
ประวัติผู้เขียน	47

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ

ศิลปินพณิชย์ขึ้นนี้ได้รับแรงบันดาลใจมาจากความเป็นห่วงคนรอบตัวที่สูบบุหรี่ไฟฟ้า และข้าพเจ้าเห็นถึงความอันตรายของ บุหรี่ไฟฟ้าที่ไม่ต่างจากบุหรี่มวนปกติเลย แม้จะไม่มีกลิ่นเหม็นและหลายคนมีความเข้าใจผิดที่บอกว่าบุหรี่ไฟฟ้าปลอดภัยไม่อันตราย

ข้าพเจ้าสนใจอยากจะทำสื่อโฆษณาณรงค์นี้ เพราะอยากจะนำเสนอถึงโทษของการใช้บุหรี่ไฟฟ้าให้คนได้เข้าใจถึง อันตรายของบุหรี่ไฟฟ้าและความเข้าใจที่ถูกต้องเพื่อที่จะเลิกสูบบุหรี่ไฟฟ้า และเป็นโฆษณาที่มีความเข้าถึงกลุ่มวัยรุ่น อายุ 18 - 24 และมีความสำคัญที่จะสร้างการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนสูบบุหรี่ไฟฟ้าให้รู้เท่าทันมากขึ้นจากอันตรายของบุหรี่ไฟฟ้า

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการกำกับภาพยนตร์สื่อโฆษณารณรงค์
2. เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเรื่องความอันตรายของบุหรี่ไฟฟ้าที่มีผลต่อร่างกาย
3. เพื่อรณรงค์ให้วัยรุ่นหยุดสูบบุหรี่ไฟฟ้า

1.3 ขอบเขตโครงการ

ภาพยนตร์สื่อโฆษณารณรงค์ ความยาวประมาณ 1 นาที จำนวน 3 เรื่อง อัตราส่วน 16 : 9 ความละเอียด 1080p

1. โฆษณารณรงค์ ถ้าแคร์ แค่หยุดสูบ ตอน “ก็เธอไม่แคร์” ความยาวไม่เกิน 1 นาที
2. โฆษณารณรงค์ ถ้าแคร์ แค่หยุดสูบ ตอน “กลิ่นบุหรี่ไม่ใช่เรื่องตลก” ความยาวไม่เกิน 1 นาที
3. โฆษณารณรงค์ ถ้าแคร์ แค่หยุดสูบ ตอน “ไม่แคร์ไม่พูดหรอก” ความยาวไม่เกิน 1 นาที

1.4 ลักษณะโครงการ

1. เป็นภาพยนตร์สื่อโฆษณารณรงค์ที่แสดงถึงอันตรายของบุหรี่ไฟฟ้าที่มีผลต่อร่างกายและแนวทางการเลิก
2. ดำเนินเรื่องราว ผ่าน 3 ตอน ซึ่งมีลักษณะตามหัวข้อความที่กลุ่มวัยรุ่น แคร์ มากที่สุด
 - 2.1 โฆษณารณรงค์ ถ้าแคร์ แค่หยุดสูบ ตอน “ก็เธอไม่แคร์” (วัยรุ่นแคร์ คนรัก)
 - 2.2 โฆษณารณรงค์ ถ้าแคร์ แค่หยุดสูบ ตอน “กลิ่นบุหรี่ไม่ใช่เรื่องตลก” (วัยรุ่นแคร์ เพื่อน)
 - 2.3 โฆษณารณรงค์ ถ้าแคร์ แค่หยุดสูบ ตอน “ไม่แคร์ไม่พูดหรอก” (วัยรุ่นแคร์ คอมเม้นท์ในโซเชียล)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย

1.Pre-production

- 1.ศึกษาข้อมูลเชิงลึก ลักษณะ จุดประสงค์ขององค์กรและข้อมูลการวิจัยเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้า
- 2.ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้าในสังคมไทยและความสนใจของกลุ่มวัยรุ่น
- 3.ศึกษาหลักการคิดงานและการกำกับโฆษณา
- 3.วิเคราะห์และรวบรวมข้อมูล ความคิดเห็นของกลุ่มคนที่สูบบุหรี่ไฟฟ้าและไม่สูบ
- 4.ค้นหา Reference จากสื่อต่างๆ ที่สามารถนำมาปรับใช้ต่อยอดให้เหมาะสมกับงาน
- 5.ค้นหา Reference งานโฆษณาต่างๆ หลายแนวทางเพื่อมาพัฒนา ให้เหมาะสมกับงาน
- 6.คิดเนื้อเรื่อง จากการหา Insight ของวัยรุ่น เพื่อนำไปสู่บทในการดำเนินเรื่อง
- 7.เขียน Storyboard ตามบทภาพยนตร์เพื่อวางแผนการถ่าย
- 8.หาสถานที่ จัดการออกแบบและอุปกรณ์ประกอบฉาก

2.Production

- 1.เตรียมงานในส่วนของการกำกับดูแลติดต่อทีมงานนักแสดง
- 2.ดูความเรียบร้อยของทีมงานในเรื่องอุปกรณ์ต่างๆและการแสดง
- 3.ดำเนินการถ่ายทำตามแผนงาน

3.Post-production

- 1.ตรวจคุณภาพของงานและควบคุมการลำดับภาพและเล่าเรื่อง
- 2.วิเคราะห์ผลลัพธ์สรุปผล ปรับปรุงแก้ไขและเสนอแนะ

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.ได้พัฒนาและได้ประสบการณ์เพิ่มเติมทางด้านการกำกับภาพยนตร์สื่อโฆษณารณรงค์
- 2.ผู้จัดทำได้เรียนรู้ทุกกระบวนการในการทำงานภาพยนตร์สื่อโฆษณารณรงค์
- 3.มีความเข้าใจเรื่องบุหรี่ไฟฟ้าที่ถูกต้อง
- 4.ได้รู้จักการแก้ไขปัญหาและรับผิดชอบทุกส่วนได้อย่างดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

การค้นคว้าและศึกษาข้อมูล

ข้าพเจ้ามีความสนใจในการกำกับสื่อโฆษณารณรงค์ โดยเริ่มจากการค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องความอันตรายของบุหรี่ไฟฟ้าที่มีผลต่อร่างกายในรูปแบบไปไหนบ้างโดยการสัมภาษณ์กลุ่มวัยรุ่นที่สูบบุหรี่ไฟฟ้า และไม่สูบบุหรี่ที่มีความสนใจจะไร้ความกลัวความชอบอะไรสนใจเรื่องไหนเพื่อนำมาพัฒนาต่อเป็นบทเนื้อเรื่องของงาน

2.1. ศึกษาการหาแนวคิดวิธีของผู้กำกับโฆษณา

2.1.1 ความหมายของผู้กำกับโฆษณา

ผู้กำกับโฆษณา คือผู้ที่มีหน้าที่กำกับในขั้นตอนการถ่ายทอดเรื่องราวผ่านสื่อโฆษณา โดยผู้กำกับโฆษณา มีหน้าที่สร้างจินตนาการจากบท แล้วถ่ายทอดความคิดทางด้านศิลปะออกมาตามแบบที่ตนเองต้องการ ภายในระยะเวลาอันสั้น และเป็นคนควบคุมฝ่ายอื่น ๆ ในกองถ่าย อย่างเช่น ฝ่ายผู้กำกับภาพ ผู้กำกับการแสดง ฝ่ายเทคนิค นักแสดง ออกมาอยู่ในองค์ประกอบทางศิลปะที่ตนเองต้องการ

2.1.2 ความรับผิดชอบของหน้าที่ผู้กำกับ

ผู้กำกับโฆษณามีหน้าที่ควบคุมงานเกือบทุกอย่างในกองถ่าย ที่เกี่ยวข้องกับภาพและเสียง การดำเนินเรื่อง มุมกล้อง บทสนทนา ทำเทคนิคพิเศษ ที่จะสื่อให้ผู้ชมได้รับรู้ในทุกๆแง่มุมที่เขาต้องการจะเผยแพร่ออกมา ผู้กำกับบางคนมีอำนาจในการจ้างคนที่จะต้องร่วมงานด้วยบ่อย ๆ อย่างเช่น ฝ่ายกำกับภาพ ออกแบบเสียง ฝ่ายจัดแสง ฝ่ายจัดหาสถานที่ ฝ่ายเสื้อผ้า ฝ่ายทำเทคนิคพิเศษ โดยผู้อำนวยการสร้างจะไม่ลงมายุ่งในเรื่องพวกนี้ด้วยมากนัก

2.1.3 ลักษณะการทำงานของผู้กำกับภาพยนตร์โฆษณา

ผู้กำกับภาพยนตร์โฆษณาจะต้องเป็นผู้ที่มองทั้งหมดในชิ้นงานนั้น ตั้งแต่เรื่องใหญ่สุดจนถึงรายละเอียดที่เล็กที่สุด เพราะทุกอย่างต้องผสมกันเป็นหนึ่งเดียว นั่นหมายถึง การเป็นผู้ควบคุมทุกสิ่งทุกอย่างที่จะปรากฏสู่สายตาประชาชน เพื่อสร้างการรับรู้ให้ผู้ชมเข้าใจถึงสินค้า ในช่วงเวลาที่จำกัดเพียงไม่กี่วินาที ซึ่งเป็นความท้าทายของภาพยนตร์โฆษณา และภาพยนตร์โฆษณาในยุคปัจจุบัน ไม่ใช่เพียงแค่อำนาจขายสินค้าเท่านั้น แต่ผู้กำกับส่วนใหญ่ต้องสอดแทรกแนวคิดด้านสังคมเข้าไปในงาน เรียกว่าเป็นการตอบแทนให้สังคมอีกหนึ่งทาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้า

บุหรี่ไฟฟ้า (Electric Cigarette) บุหรี่ไฟฟ้ากำลังเป็นที่นิยมและมีแนวโน้มสูงขึ้นในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่น ผู้ใช้ส่วนใหญ่เป็นทั้งผู้ที่เคยสูบบุหรี่แบบปกติทั่วไป และผู้ที่เริ่มต้นหรือทดลองสูบบุหรี่ จากสถิติการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของเยาวชน (National Youth Tobacco Survey) จากจำนวนนักเรียน 2 ล้านคน ในประเทศสหรัฐอเมริกา ปี 2557 พบว่า ในกลุ่มนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปลายมีการใช้บุหรี่ไฟฟ้าเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 4.5 เป็นร้อยละ 13 และในกลุ่มนักเรียนชั้นมัธยมต้นมีจำนวนเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 1.1 เป็นร้อยละ 3.9 เพิ่มขึ้นถึง 3 เท่าตัวภายใน 1 ปี ในประเทศไทยยังไม่มีใบอนุญาตให้จำหน่ายหรือนำเข้าบุหรี่ไฟฟ้า มีเพียงการลักลอบจำหน่ายในตลาดมืดจึงทำให้ยากต่อการเก็บข้อมูลทางสถิติ

2.2.1 บุหรี่ไฟฟ้าคืออะไร

บุหรี่ไฟฟ้าเป็นอุปกรณ์สูบบุหรี่ชนิดหนึ่ง ซึ่งใช้กลไกไฟฟ้าทำให้เกิดความร้อนและไอน้ำที่ประกอบด้วยสารเคมีต่างๆ โดยที่ไม่มีการเผาไหม้เหมือนบุหรี่ปกติ ประกอบด้วย 3 ส่วนหลักคือ แบตเตอรี่ ตัวทำให้เกิดไอและความร้อนและน้ำยา ในส่วนของน้ำยาจะถูกทำให้เป็นไอและเข้าสู่ร่างกายของผู้สูบจะประกอบด้วยสารหลักๆคือ **นิโคติน** คือ สารเสพติดชนิดหนึ่งที่พบได้ในทั้งบุหรี่ไฟฟ้าและบุหรี่ปกติ เป็นสารที่ทำให้ร่างกายเสพติดการสูบบุหรี่เป็นส่วนช่วยกระตุ้นความดันโลหิตสูงขึ้นและเพิ่มความเสี่ยงของการเกิดหอบหืด

โพรไพลีนไกลคอล คือ ส่วนประกอบในสารสำหรับทำให้เกิดไอ เมื่อสัมผัสหรือสูดดมอาจทำให้ระคายเคืองที่ผิวหนัง ดวงตาและปอดได้

กลีเซอริน คือ สารเพิ่มความชื้น ผสมกับโพรไพลีนไกลคอล เมื่อสัมผัสอาจทำให้ระคายเคืองได้เช่นเดียวกับโพรไพลีนไกลคอล

สารแต่งกลิ่นและรส คือสารเคมีที่ใช้ปรับปรุงกลิ่นและรสชาติ

2.2.2 ควณมือสองจากบุหรี่ไฟฟ้า

อาจมีความเข้าใจว่าบุหรี่ไฟฟ้าไม่อันตรายเพราะไม่มีการเผาไหม้เหมือนบุหรี่ปกติ โดยคิดว่าละอองจากบุหรี่ไฟฟ้าเป็นเพียงละอองน้ำที่มีการแต่งกลิ่น แต่ในความเป็นจริงควณไอละอองจากบุหรี่ไฟฟ้านั้นมีอนุภาคเล็กกว่า pm 2.5 ที่มีสารเคมีอันตรายประกอบอยู่ เช่น พอร์มาร์ลดีไฮด์ ไดอะซีทิล อโครลิน โลหะหนักที่เป็นพิษ เช่น นิกเกิล โครเมียมที่มีพิษต่อปอดและระบบประสาท เพิ่มความเสี่ยงการเป็นมะเร็งปอด แคดเมียมที่มีพิษต่อไต ดีบุก ตะกั่ว สารก่อมะเร็ง เช่น เบนซิน อะเซตอัลดีไฮด์ ซึ่งมาจากน้ำยาบุหรี่ไฟฟ้าหรืออุปกรณ์สูบที่โลหะหนักหลุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ออกมาจากหลอดเลือดที่ซึบน้ำยา เมื่อโดนความร้อนเป็นไอน้ำเพื่อเสพจะแปรเปลี่ยนสภาพ สามารถกระตุ้นและสะสม เป็นสารก่อมะเร็งได้

2.3 ผลกระทบจากบุหรี่ไฟฟ้าที่มีผลต่อร่างกาย

2.3.1 ระบบทางเดินหายใจ คือ ระคายเคืองต่อระบบทางเดินหายใจส่วนบนและส่วนล่าง หลอมลมอักเสบ เกิดอาการไอและถุงลมโป่งพอง ปอดอุดตันเรื้อรัง หลอดลมหดเกร็งสะสมจนเกิดโรคมะเร็ง

2.3.2 ระบบคุ้มกัน คือ กระตุ้นการอักเสบ ลดประสิทธิภาพของระบบภูมิคุ้มกัน

2.3.3 ระบบประสาทส่วนกลาง คือ เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เวียนหัว ประมวลผลช้า หน่วยความจำเสื่อม และมีความเสี่ยงต่อการไหลเวียนโลหิต

2.3.4 ระบบไหลเวียนโลหิต คือ ส่งผลต่อการขยายตัวของหลอดเลือด เกิดภาวะหลอดเลือดมีความยืดหยุ่นลดลง นำไปสู่ความดันโลหิตสูงขึ้น การเสื่อมสมรรถภาพทางเพศ หลอดเลือดในสมองตีบ หัวใจวาย

2.3.5 ปัญหาอื่นๆ คือ เกิดการระคายเคืองต่อดวงตา ผิวหนังอักเสบ และแผลไหม้ คลื่นไส้ อาเจียน ระคายเคืองคอ และปาก

2.4 ข้อมูลสินค้าและการซื้อบุหรี่ไฟฟ้าในไทย

2.4.1 ประเภทของบุหรี่ไฟฟ้า

บุหรี่ไฟฟ้าในปัจจุบันมีหลากหลายรูปแบบ แต่แบ่งได้ 3 รูปแบบคือ แบบที่ 1 (Cigalike) แบบที่ 2 (eGos) และแบบที่ 3 (Mods) โดยมีรายละเอียดดังนี้

บุหรี่ไฟฟ้ารูปแบบที่ 1 หรือที่รู้จักกันในชื่อ Cigalike มีรูปลักษณ์ภายนอก ทั้งรูปทรงและขนาดที่คล้ายกับบุหรี่ปกติทั่วไป แต่จะมีตัวที่ทำให้เกิดไอและความร้อนเพิ่มเข้ามา

บุหรี่ไฟฟ้ารูปแบบที่ 2 หรือที่รู้จักกันในชื่อ eGos มีลักษณะคล้ายบุหรี่ปกติทั่วไปเช่นกัน แต่มีขนาดใหญ่กว่า หรือมีรูปทรงที่แตกต่างกันออกไป และมีตัวถังที่สามารถถอดออก และเติม E-Liquid หรือ E-Juice ที่มีระดับนิโคตินหรือรสและกลิ่นต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง

บุหรี่ไฟฟ้ารูปแบบที่ 3 หรือที่รู้จักกันในชื่อ Mods มีลักษณะคล้ายบุหรี่ไฟฟ้าแบบ eGos แต่มีขนาดใหญ่กว่า และสามารถปรับแรงดันไฟฟ้า ขนาดของตัวที่ทำให้เกิดไอและความร้อน รวมถึงขนาดและปริมาณของ E-Liquid หรือ E-Juice ได้ตามความต้องการของผู้ใช้แต่ละคน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.2 ช่องทางการซื้อบุหรี่ไฟฟ้าในไทย

สามารถหาซื้อได้จากช่องทางออนไลน์และแหล่งสถานบันเทิงต่างๆ

siampods | จัดจำหน่ายขายบุหรี่ไฟฟ้า... Follow +

จำหน่ายบุหรี่ไฟฟ้า siampods ขายทุกอย่างเกี่ยวกับอุปกรณ์บุหรี่ไฟฟ้า ครบจบในที่เดียว

เกี่ยวกับร้าน - วิธีสั่งซื้อ แจ้งการโอนเงิน บทความทั้งหมด ติดต่อร้านค้า

ผู้ติดตาม: 11.5 K | ไลค์: 13 | แชร์: 3

10.10 Promotion

Jellybox Nano X 890- 629-	Jellybox Air X 890- 629-	Caliburn AK2 850- 659-	Koko Prime Vision 890- 699-	Caliburn G 890- 759-
--	---	---	--	---------------------------------------

โปรสุดคุ้ม 2 ต่อ

โปรโมชั่นเฉพาะส่งชื่อที่ Line official ID : @siampod เท่านั้น

ตอนที่ 1 | ค่าจัดส่งราคาพิเศษ | ค่าจัดส่ง 30 บาท

ตอนที่ 2 | ซื้อสินค้าชิ้นใดก็ได้ | ร่วมกับเครื่องโปรโมชัน | จัดส่งฟรี

Line @siampod

siampods

siampods | จัดจำหน่ายขายบุหรี่ไฟฟ้า ครบวงจร

Sort by: เรียงตามลำดับ

Pod VMC Seoul
฿ 120.00

Relx infinity Plus
฿ 900.00 **฿ 850.00**

Ks Quik (สูบทั้ง) 2000 Puff
฿ 290.00

Marbo M Stix (สูบทั้ง)
฿ 130.00



น้ำยา บุหรี่ไฟฟ้า ฟรี เบส 100ml มีหลายกลิ่น พร้อมส่งทุกวัน

5.0 ★★★★★

1 คะแนน

3 ขายแล้ว

รายงานสินค้า

฿309

การจัดส่ง

📍 การจัดส่ง ถึง
ค่าจัดส่ง

เขตพระนคร, จังหวัดกรุงเทพมหานคร ▾
฿15 ▾

กลิ่น

โออิชิน้ำผึ้งมะนาว | โออิชิองุ่น 100ml | โด้ก 100ml | โด้กองุ่น 100ml
โด้กเลมอน 100ml | องุ่นปั่น 100ml | แดง ไม่นั่น 100ml
แฟนต้าลิ้นจี่ 100ml | แฟนต้าเบอร์รี่ 100ml | แฟนต้าสตเบอร์รี่ 100ml
แฟนต้าองุ่น 100ml | สปรอท 100ml | คีทแคท 100ml

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.3 บุหรี่ไฟฟ้ากับกฎหมายประเทศไทย

ในปัจจุบัน บุหรี่ไฟฟ้ายังไม่สามารถซื้อขายกันได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายประเทศไทย มีการลักลอบนำเข้ามาจำหน่ายผ่านตลาดมืดหรือช่องทางอินเทอร์เน็ต โดยประกาศ กฎหมาย และความผิดที่เกี่ยวข้องกับบุหรี่ไฟฟ้าในประเทศไทยมีรายละเอียดดังนี้

ห้ามส่งออกหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักร ตามประกาศกระทรวงพาณิชย์ บุหรี่ไฟฟ้าเป็นสินค้าต้องห้ามในการนำเข้าในราชอาณาจักร พุทธศักราช 2557 หากฝ่าฝืนต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 10 ปี หรือปรับเป็นเงิน 5 เท่าของสินค้า หรือทั้งจำทั้งปรับ

ห้ามขายหรือให้บริการ ตามคำสั่งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เกี่ยวกับการห้ามขายหรือห้ามให้บริการสินค้าประเภทบุหรี่ไฟฟ้าและน้ำยาสำหรับเติมบุหรี่ไฟฟ้า

ผู้ขาย ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 5 ปี หรือปรับไม่เกิน 500,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ผู้ผลิตหรือสั่งนำเข้าในราชอาณาจักร ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 10 ปี หรือปรับไม่เกิน 1,000,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ผู้ให้บริการ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 5 ปี หรือปรับไม่เกิน 500,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

หากมีการฝ่าฝืนจนเป็นเหตุให้ผู้อื่นได้รับอันตราย ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 10 ปี หรือปรับไม่เกิน 1,000,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5. ศึกษาเกี่ยวกับมูลนิธินรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่

กลยุทธ์หลักที่ใช้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกาสูบหรี่ของมูลนิธินรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ คือ

การรณรงค์โดยให้ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งสามารถแบ่งออกได้ 4 ระดับ คือ

2.5.1. การให้ข้อมูลทางสื่อสารมวลชน (Mass Communication)

2.5.2. การให้ข้อมูลแบบเจาะเฉพาะกลุ่ม (Selective Communication)

2.5.3. การให้ข้อมูลรายบุคคล (Personal Communication)

2.5.4. การชักชวนกลุ่มหรือบุคคล (Mobilizing Influence Groups)

ซึ่งมีอิทธิพลในสังคมให้เข้ามามีบทบาทและมีส่วนร่วมในการรณรงค์ เช่น ดารา นางสาวไทย นักการเมือง คอลัมนิสต์ ตลอดจนผู้ป่วยจากการสูบบุหรี่

การสร้างการมีส่วนร่วมของสังคมในการรณรงค์ (Public Participation) โดยผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น การประกวดคำขวัญ ประกวดภาพวาด การร่วมในกิจกรรมต่างๆ ซึ่งจัดขึ้นเป็นระยะๆ

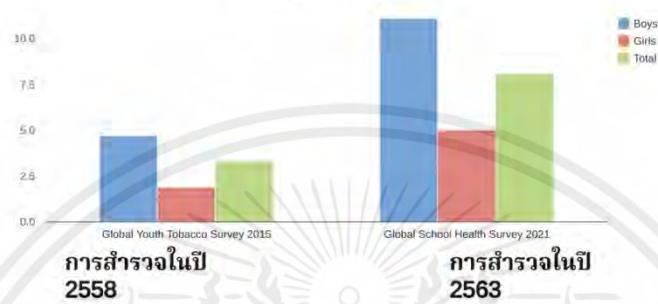
การใช้มาตรการกฎหมายและกระบวนการทางการเมือง (Political and Legal Action) โดยการผลักดันให้รัฐบาลออกกฎหมายออกมา 2 ฉบับ ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการจัดระเบียบของสังคมในเรื่องการสูบบุหรี่ และได้อาศัยกระบวนการทางการเมือง ในการผลักดันให้รัฐขึ้นภาษีสรรพสามิตบุหรี่จนเป็นผลสำเร็จ ซึ่งเป็นมาตรการที่สำคัญในการลดอัตราการสูบบุหรี่ในหมู่เยาวชนได้ การใช้กระบวนการด้านการตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing) ในการดำเนินกิจกรรมเฉพาะต่างๆ โดยมีการกำหนดเป้าหมายเฉพาะกำหนดประเด็นที่ชัดเจนและจัดทำสื่อ และกระจายสื่อให้สอดคล้องกับประเด็นและกลุ่มเป้าหมาย การสร้างค่านิยมที่ไม่สูบบุหรี่ โดยผสมผสานเข้าไปในระบบการเรียนการสอนของโรงเรียน (Comprehensive school program) โดยเฉพาะอย่างยิ่งตั้งแต่วัยอนุบาล เพื่อเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันแก่เด็ก ตั้งแต่วัยวัย และบ่มเพาะค่านิยมที่ไม่สูบบุหรี่

2.6. ศึกษาค้นคว้าความสนใจของกลุ่มวัยรุ่นสูบบุหรี่ไฟฟ้า

2.6.1 ผลการสำรวจการใช้บุหรี่ไฟฟ้า

การสำรวจพฤติกรรมสุขภาพของเด็กในโรงเรียนระดับโลก โดยองค์การอนามัยโลก พ.ศ.2558-2563

การใช้บุหรี่ไฟฟ้าในนักเรียนไทยนั้นเพิ่มขึ้น ร้อยละของนักเรียนไทย (อายุ 13-15 ปี) ที่ใช้บุหรี่ไฟฟ้าในเดือนที่ผ่านมา



ในขณะที่ผลสำรวจของไทย โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ ในปี 2560 พบว่า ประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป มีการสูบบุหรี่ไฟฟ้าอยู่ที่ 0.13% และเพิ่มขึ้นเป็น 0.8% ในปี 2564 โดยแบ่งตามอายุ ดังนี้

อายุ 15-19 ปี อยู่ที่ 1.9%

อายุ 20-24 ปี อยู่ที่ 2.1%

อายุ 25-44 ปี อยู่ที่ 1.1%

อายุ 45-59 ปี อยู่ที่ 0.3%

อายุ 60 ปีขึ้นไป อยู่ที่ 0.1%

อัตราการสูบบุหรี่ / บุหรี่ไฟฟ้า แบ่งตามอายุ

อายุ / ปี	อัตราการสูบบุหรี่ (%)	อัตราการสูบบุหรี่ไฟฟ้า (%)
15-19 ปี	6.2	1.9
20-24 ปี	18.5	2.1
25-44 ปี	21.0	1.1
45-59 ปี	19.7	0.3
60 ปี+	12.7	0.1
ประชากรทุกอายุ	17.4	0.8*

*อัตราการสูบบุหรี่ 17.4% นับรวมอัตราการสูบบุหรี่ไฟฟ้า 0.8% ด้วย

ผลสำรวจโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ พ.ศ.2564

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.2 คั่นคว้าความสนใจมุมมองของวัยรุ่นต่อบุหรี่ไฟฟ้า

2.6.2.1. จากการสัมภาษณ์สอบถาม

กลุ่มวัยรุ่นที่ใช้บุหรี่ไฟฟ้ามียุ 2 แบบ คือ

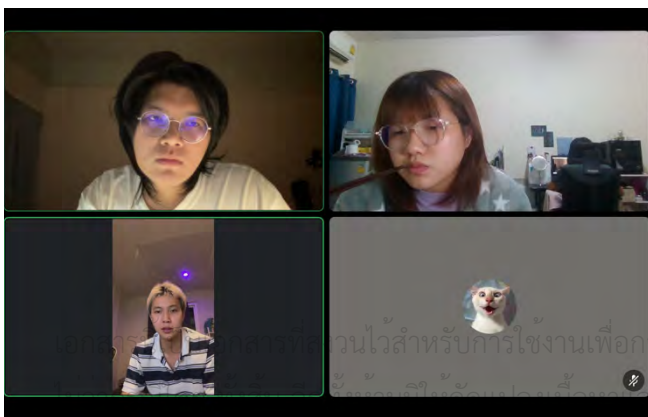
1. เริ่มจากการสูบบุหรี่แล้วเปลี่ยนมาเป็นไฟฟ้า

เหตุผลส่วนใหญ่ไปในทางเดียวกันคือเรื่องของกลิ่นขี้คิดเห็นนี้เป็นเรื่องหลักที่ทำให้วัยรุ่นอยากเปลี่ยนจากบุหรี่ยี่ห้อมาสูดบุหรี่ไฟฟ้าแทนด้วยรสชาติที่ตลกกลิ่นที่หอมรู้สึกดีและคิดว่าไม่เป็นการรบกวนทางกลิ่นต่อคนอื่น

บางส่วนให้เหตุผลอยากจะทำบุหรี่ยี่ห้อด้วยบุหรี่ไฟฟ้าโดยไม่มีใจที่ถูกต้องฟังตามเพื่อนคนชายบอกมาว่าปลอดภัยกว่าบุหรี่ยี่ห้อเลยย้ายมาสูดบุหรี่ไฟฟ้าแทนในตอนแรกแต่ตอนหลังเมื่อได้รู้ว่ามีอันตรายเหมือนกันก็เลิกยกเพราะมันติดได้ง่ายกว่าบุหรี่ยี่ห้อที่เหม็นแต่บุหรี่ไฟฟ้าไม่เห็นพกพาง่ายรสชาติดี

2. อยากเริ่มต้นสูดด้วยบุหรี่ไฟฟ้า

ส่วนใหญ่มีความเข้าใจว่าบุหรี่ไฟฟ้ามีอันตรายน้อยกว่าบุหรี่ยี่ห้อจึงเลือกที่จะสูดจากบุหรี่ไฟฟ้า แต่บางส่วนเข้าใจว่ามันไม่มีอันตรายใดเป็นเหมือนเครื่องทำควันจึงซื้อมาลองตามเป็นแพชั่น บางส่วนมองเป็นเหมือนเครื่องประดับที่ต้องมีไว้ใช้เข้าสังคมและทำให้ตัวเองดูมีรสนิยมมากขึ้นเข้ากับสังคมวัยรุ่นได้ง่ายกว่าที่จะไม่มีบุหรี่ไฟฟ้าในการเริ่มต้นสนทนากัน และวัยรุ่นมัธยมบางที่สามารถนำเข้าไปใช้สูดพ่นควันได้ในโรงเรียนเพราะครูบางท่านอาจไม่รู้ทันว่าเด็กมัธยมจะพกบุหรี่ไฟฟ้าที่เป็นอันตรายต่อคนรอบข้างมากเป็นแพชั่นแต่กลายเป็นว่าใครที่มีและใช้เป็นก็จะชอบถ่ายคลิปลงอวดกันในโซเชียลเพื่อสร้างความสนใจแต่ไม่ทันรู้ถึงอันตรายของบุหรี่ไฟฟ้า



งานไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานี้
ไม่ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.2.2 จากบทความ



เด็กวัยรุ่นเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอันดับต้น ๆ ของธุรกิจบุหรี่ไฟฟ้า ที่ต้องการหลอกล่อให้หลงเข้ามาเป็นนักสูบบุหรี่รุ่นใหม่ทดแทนสิงห์อมควันขาประจำที่ป่วยตายจากบุหรี่ไปทุกวัน ๆ ละ 141 คน หรือปีละ 51,651 คน ซึ่งมีจำนวนมากกว่ากลุ่มเมาแล้วขับหลายเท่า แต่เด็กวัยรุ่นไทยยุค 4.0 กลับไม่ตื่นกลัวกับพิษภัยของบุหรี่!

เด็กรุ่นใหม่อย่าง “อ๊พ” พชรพรรษ์ ประจวบลาภ ประธานเครือข่ายยุวทัศน์ กรุงเทพมหานคร ก็มุ่งมั่นทำหน้าที่ขับเคลื่อนให้เด็กวัยรุ่นห่างไกลบุหรี่ไฟฟ้า

“อ๊พ” ให้ข้อมูลว่า โซเชียลมีเดียคือตัวการใหญ่ที่ดึงบุหรี่ยุคใหม่เข้าครอบงำเด็กวัยรุ่นที่มีพฤติกรรมติดสมาร์ตโฟนใ้หายากริลงสูบบุหรี่ไฟฟ้า โดยมีการโฆษณาชวนเชื่อการซื้อขายอุปกรณ์โดยไม่มีการเซนเซอร์ โดยเฉพาะการให้ข้อมูลอันเป็นที่จจากกลุ่มธุรกิจบุหรี่ยุคใหม่

เด็กวัยรุ่นเข้าถึงสื่อออนไลน์มากกว่าทุกช่วงวัย ทำให้ถูกโน้มน้าวให้มีความคิดแง่บวกต่อบุหรี่ไฟฟ้า โดยที่เข้าใจผิดอย่างน้อย 3 ประเด็นที่นำไปสู่การทดลองสูบบุหรี่ ดังนี้

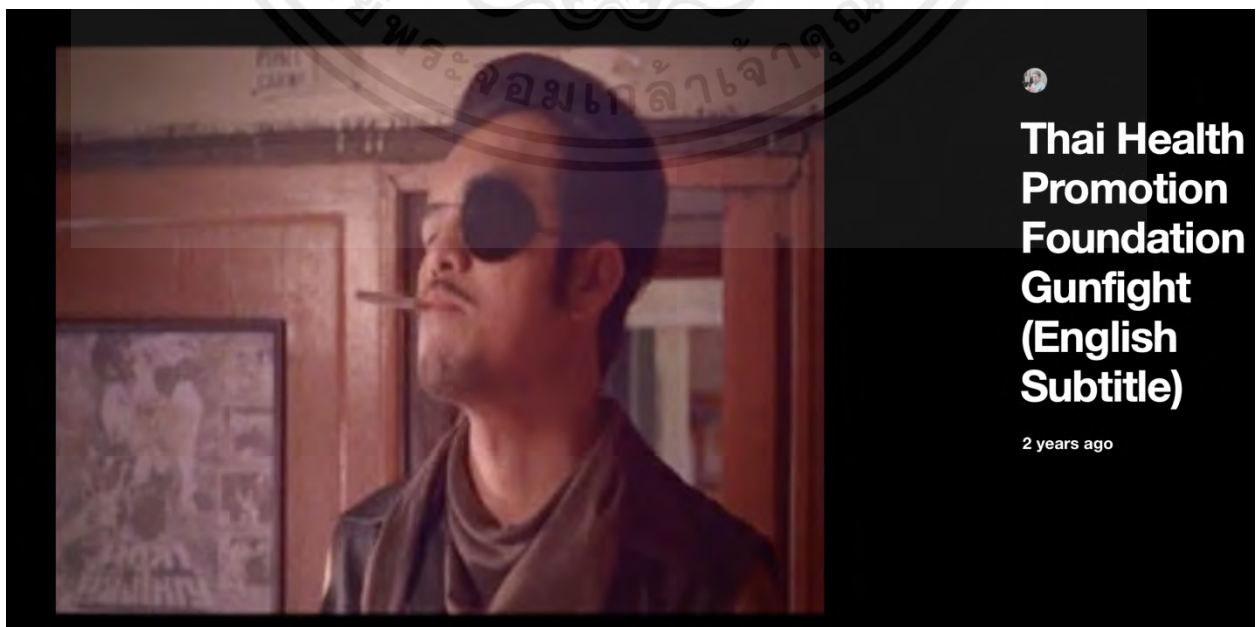
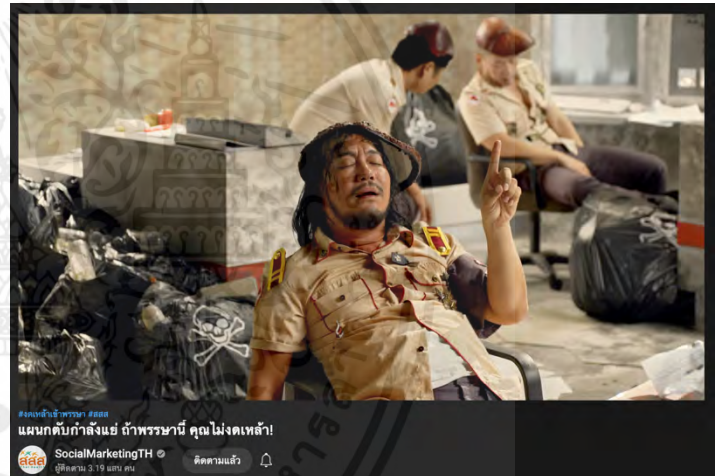
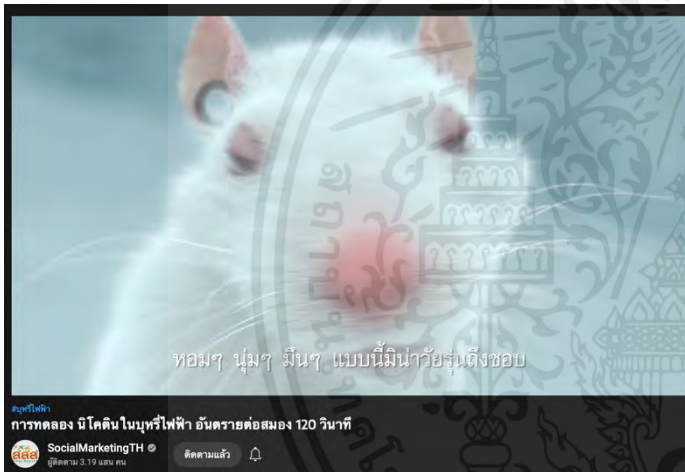
1. บุหรี่ไฟฟ้าไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพเพราะนิโคติน
2. บุหรี่ไฟฟ้ามีสารทดแทนเพื่อเลิกบุหรี่ยุคใหม่ หรือบุหรี่ยุคใหม่จริง
3. ประเทศที่พัฒนาแล้วทั่วโลกเปิดเสรีให้การยอมรับนำเข้า หรือจำหน่ายบุหรี่ยุคใหม่ไฟฟ้ายกเว้นประเทศไทยที่ยัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.3. ศึกษาค้นคว้าแนวคิดจากงานโฆษณา

โฆษณารณรงค์ค่อนข้างเป็นการใช้แนวคิดซ้กจุงอีกแบบต่างกับการทำโฆษณาเพื่อขายสินค้า จากการศึกษาแนวคิดของโฆษณา รณรงค์มาแล้วนั้น จึงได้โฆษณา 3 เรื่องนี้มาเป็นแรงบันดาลใจเพื่อไปปรับใช้กับงาน

1. สสส. การทดลอง นิโคตินในบุหรี่ไฟฟ้า อันตรายต่อสมอง ปี 2565
 - เนื้อหาของบุหรี่ไฟฟ้าที่ครบถ้วนได้อย่างน่าสนใจ
2. สสส. แผนกดับกำลังแย้ ถ้าพรพราณีคุณไม่ดเกล้า ปี 2562
 - ฉากศิลป์ในงานและการตีความร่างกายภายในและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีพอกับลูก
3. สสส. Gunfight บุหรี่ไม่มีระยะปลอดภัย ปี 2563
 - การใช้ข้อมูลเพื่อเล่ากับหนังสือตรงประเด็นและน่าสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีด้วยรุ่นกับวัยเก่า



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่บนสื่อออนไลน์หรือสื่ออื่นใด ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

การสร้างสรรค้บทภพยนตร์โฆษณา

สรุปรแนวความคิด

3.1 ปัญหา (Primary Problem)

ปัจจุบันวัยรุ่นจำนวนมากกำลังมีกระแสด้านนิยมในการสูบบุหรี่ไฟฟ้า โดยส่วนใหญ่ เลือกสูบเพราะกระแส นิยม ใครๆ ก็สามารสูบได้ทุกที่ ทั้งที่จริงแล้วความอันตรายนั้นไม่น้อยไปกว่าบุหรี่มวนเลย เพียงแต่มาในรูปแบบ ใหม่ทั้งรสชาติ กลิ่น ความสะดวกใช้ และแพ็คเกจที่ดี ทำให้คนที่คิดจะสูบเลือกสูบโดยที่ไม่สนใจความอันตราย และไม่รู้ว่ามันมีอันตรายจริงๆ ดังนั้นโฆษณาตัวนี้จึงเริ่มต้นมาเพื่อเปลี่ยนแนวคิดใหม่ให้วัยรุ่นเห็นถึงอันตรายจาก บุหรี่ไฟฟ้าทั้งต่อตนเองและคนรอบข้าง สามารถช่วยลดอัตราการเริ่มสูบใหม่และลดคนสูบอยู่ให้น้อยลงได้

3.2. ข้อมูลองค์กร (Brand Information)

มูลนิธิธรรรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ เป็นการร่วมมือของกลุ่มคนกลายเป็นองค์กรที่มีไว้เพื่อประสานงานให้กับ หน่วยงานและประชาชนในเรื่องของการให้ความรู้ในการรณรงค์การงดสูบบุหรี่ไฟฟ้าที่ไม่แสวงหาผลกำไร

3.3. เป้าหมายหลักของมูลนิธิธรรรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่

มูลนิธิธรรรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่มีเป้าหมายหลักคือ การรณรงค์ให้คนงดสูบบุหรี่ สร้างค่านิยมแก่คนรุ่น ใหม่ให้เห็นถึงความอันตรายของบุหรี่ไฟฟ้ามากขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ คือ

1. เพื่อสร้างค่านิยมที่ไม่สูบบุหรี่
2. เพื่อป้องกันเด็กและเยาวชนจากพิษร้ายของบุหรี่
3. เพื่อสร้างความตื่นตัวและแรงจูงใจแก่ผู้สูบบุหรี่ให้เลิกสูบบุหรี่
4. เพื่อสร้างความร่วมมือระหว่างองค์กรต่างๆ ในการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่
5. เพื่อพัฒนามาตรการทางสังคมและทางกฎหมายในการควบคุมการสูบบุหรี่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4. ที่มาของความคิด (Background)

จากจุดเริ่มต้น ที่เราได้รู้ถึงอันตรายของบุหรี่ไฟฟ้าและเป็นห่วงเพื่อน ๆ น้อย ๆ รอบตัวที่สูบบุหรี่ไฟฟ้า เพราะมีความเข้าใจว่ามันปลอดภัยและไม่อันตราย แต่ความจริงจากข้อมูลทางการแพทย์แล้วนั้นไม่จริง จนเกิดเป็นการศึกษาแนวทางในการทำโฆษณาเพื่อรณรงค์ให้ คนที่สูบบุหรี่ได้ลดลงและไม่เพิ่ม คนที่คิดจะเริ่มสูบบุหรี่ใหม่ และหวังว่างานนี้จะเป็นประโยชน์ต่อในวงกว้างต่อไปเพื่อให้คนตระหนักถึง อันตรายของ บุหรี่ไฟฟ้า

3.5. ข้อมูลเชิงจิตวิทยา (insight)

ปัจจุบันวัยรุ่นเลือกใช้บุหรี่ไฟฟ้าเพราะอยากให้ตัวเองมีภาพลักษณ์ที่ดีกว่าการใช้บุหรี่มวนแบบเดิมเพราะจากข้อมูลต่างๆที่ได้รับมา บุหรี่ไฟฟ้าถูกทำให้เป็นตัวเลือกที่ดีต่อสุขภาพผลเสียน้อยกว่าทั้งคนสูบและคนรอบข้าง ทั้งที่ราคาและการหาซื้อยากกว่าแต่ก็เลือกที่จะใช้บุหรี่ไฟฟ้า จึงสรุปได้ว่า " วัยรุ่นสูบบุหรี่ไฟฟ้าเพราะเขาแคร่ "

3.6. ความคิดหลัก (Big Idea)

ถ้าแคร่ แค่หยุดสูบ

3.7. รูปแบบการนำเสนอ (Platform)

ภาพยนตร์โฆษณารณรงค์ รูปแบบชุด (Campaign) จำนวน 3 ตอน ที่มีเนื้อหานำเสนอถึงการรณรงค์ให้วัยรุ่นเลิกสูบบุหรี่ไฟฟ้าและรับรู้ถึงอันตรายของบุหรี่ไฟฟ้าทั้งต่อตนเองและคนรอบข้าง ความยาวตอนละไม่เกิน 1 นาที ได้แก่

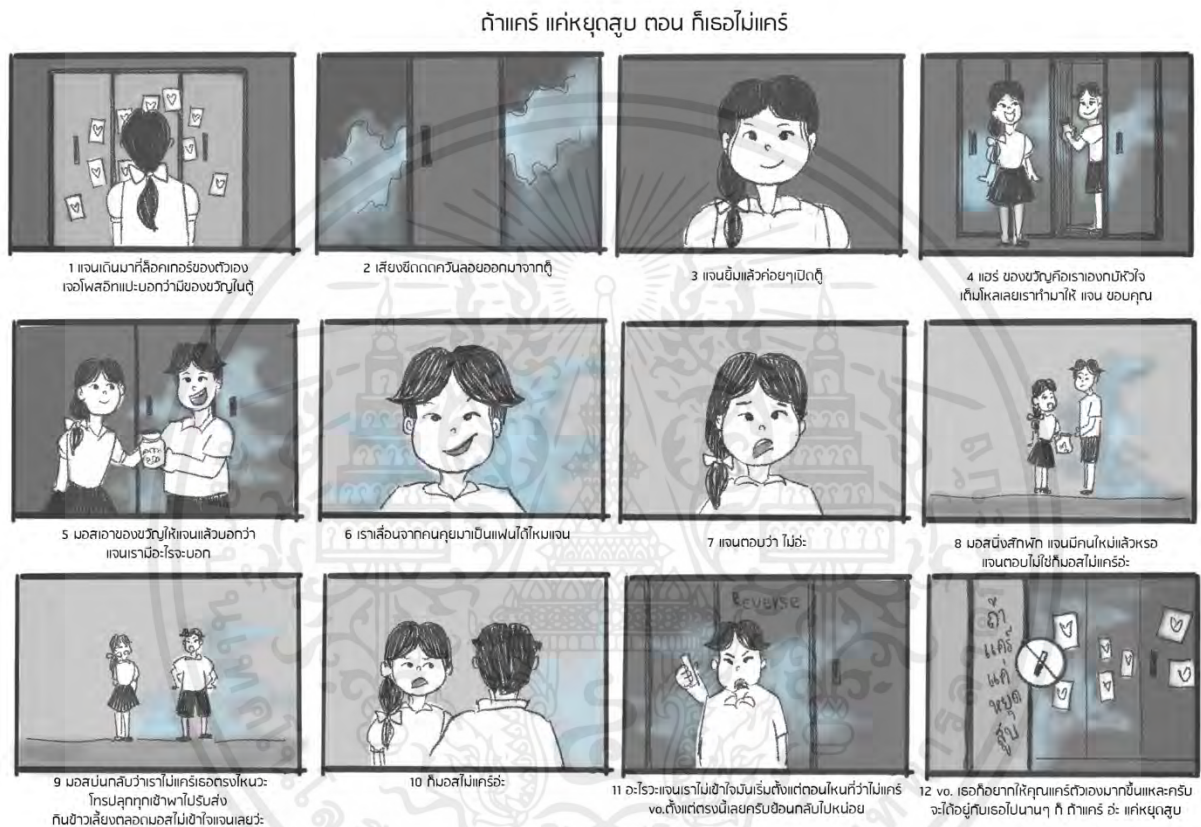
1. โฆษณารณรงค์ ถ้าแคร่ แค่หยุดสูบ ตอน “ก็เธอไม่แคร่”
2. โฆษณารณรงค์ ถ้าแคร่ แค่หยุดสูบ ตอน “กลั่นบุหรี่ไม่ใช่เรื่องตลก”
3. โฆษณารณรงค์ ถ้าแคร่ แค่หยุดสูบ ตอน “ไม่แคร่ไม่พูดหรอก”

โดยนำเสนอผ่านช่องทาง Youtube

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.8. วิธีการนำเสนอด้วยบทบาท (Storyboard)

3.8.1. โฆษณารณรงค์ ถ้าแคร้ แค่หยุดสูบ ตอน “ก็เธอไม่แคร้”

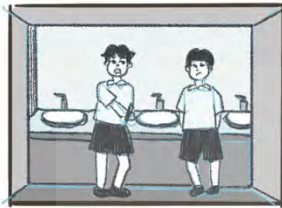


3.1 ภาพ Storyboard ตอน ก็เธอไม่แคร้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.8.2. โฆษณารณรงค์ ถ้าแคร้ แค่หยุดสูบ ตอน “กลืนบุหรี่ไม่ใช่เรื่องตลก”

ถ้าแคร้ แค่หยุดสูบ ตอน กลืนบุหรี่ไม่ใช่เรื่องตลก



1 แหะ ไอออนี่มีงลองตนดูสรสิเเน่อย่างตั้งตัวนี้



2 มอลสูบ กลืนเป็นงิมจับเลยนะมีง



3 กำมึงคิดว่ากลืนนี้ยังไมเอนิงเฉยๆ



4 ไม่เป็นไรรอนนี่ดูเตรียมบารัก มาเป็นส่วนมสไอเพื่อมีง



5 กลืนนี้ก็ตั้งมถน สกอบอริ มสไมรวม อุ่น คุมๆเช่นๆ



6 มีงทำไมวะมีงชอบสรสิเเน่สเอกเตะกู่แบ่งให้กไ้เเน่



7 มีงเป็นไรมีงนี่ค่าเป็น ตลกปากเเน่เเน่ไปได้ออกจะหอม



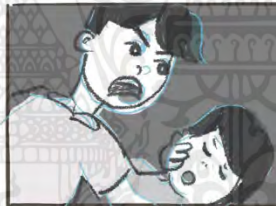
8 แหะมันไม่หายจ้งแล้ว ไอออกก



9 แหะ ทุกคนช่วยถ่ยถกรับเพื่อนมสลบ มอลตบหน้ายย่าตัวให้ออกถน



10 จินกูกงต้องเสียศกถัเพื่อชีพของเพื่อนแล้วละ นายบอดมีงเลยละกันนะ



11 จินกุนายบอดจริงๆนะกำมึงไม่ถน

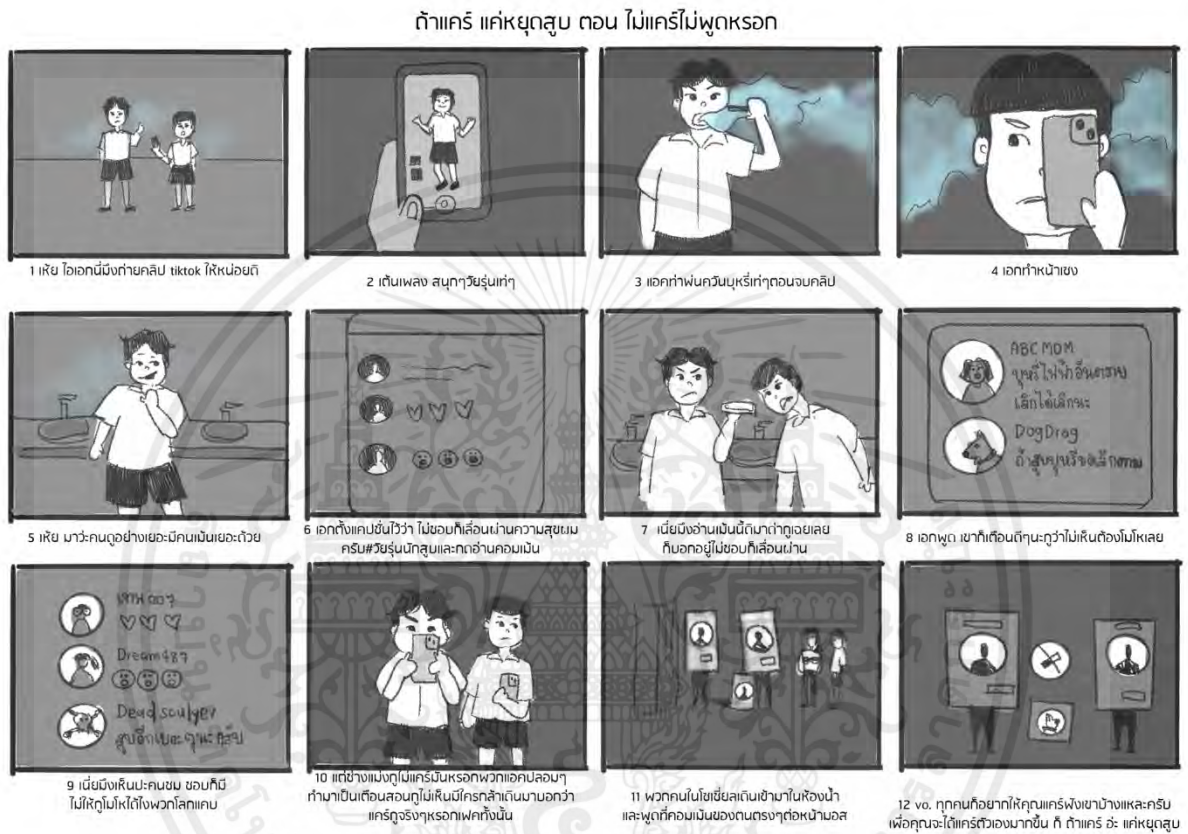


12 vo. เพื่อนก็อยากให้อุคนเคร้มากขึ้นและกรับ จะไปบิบคำรยกรด้วยควนอีก ก็ ถ้าแคร้ ะ แค่หยุด

3.2 ภาพ Storyboard ตอน กลืนบุหรี่ไม่ใช่เรื่องตลก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.8.3. โฆษณารณรงค์ ถ้าแคร่ แค่หยุดสูบ ตอน “ไม่แคร่ไม่พุดห rokok”



3.3 ภาพ Storyboard ตอน ไม่แคร่ไม่พุดห rokok

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

การเตรียมงานก่อนถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา

การเตรียมก่อนถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา (Pre-Production)

ความพร้อมก่อนถ่ายทำถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญ เมื่อบทภาพยนตร์ถูกเขียนเสร็จต่อมาก็คจะเป็นการเตรียมความพร้อมในการค้นหาสถานที่ในการถ่ายทำภาพยนตร์และการค้นหาทีมงาน นักแสดงล้วนมีความสำคัญในทุกขั้นตอน ซึ่งมีการเตรียมการถ่ายทำภาพยนตร์โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 4.1 การวางแผนแก้ไขและทดลองถ่าย (Test Scene)
- 4.2 เลื่อนนักแสดง (Casting)
- 4.3 การลงพื้นที่ เพื่อหาสถานที่ถ่ายทำ (Scout Location)
- 4.4 การวางงบประมาณการถ่ายทำ (Budget Plan)
- 4.5 ตารางการถ่ายทำ (Break Down)
- 4.6 ตารางนัดหมายกองถ่าย (Call Sheet)

4.1 การวางแผนแก้ไขและทดลองถ่าย (Test Scene)

การวางแผนในการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณาในครั้งนี้ ข้าพเจ้าได้เริ่มจากการหาข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายและกระบวนการทำโฆษณาว่าควรจะเป็นแบบใดเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นได้ดีที่สุด จนได้เกิดเป็นแนวคิดสร้างเรื่องจากสถานการณ์ต่างๆของวัยรุ่นวัยเรียนที่เกิดภายในโรงเรียนเป็นเป้าหมายหลัก จนได้เนื้อเรื่องออกมาเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับถ่ายทำทั้งหมด 3 เรื่อง เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้นและนำเนื้อเรื่องมาพัฒนาต่อ จาก แนวคิดแรก ที่ดูทั่วไป และดูผิดประเด็นจากที่ควรจะเข้าใจได้ง่ายก็เป็นซับซ้อนเกินไป เปลี่ยน ให้มันตบใจทศย์ ที่ว่า จริงใจตรงๆ และ แปลกใหม่วัยรุ่นชอบ และเน้นไปที่จุดเดิมที่ต้องการ รณรงค์ ให้วัยรุ่น หยุดสูบบุหรี่ไฟฟ้า ด้วย คำว่า ถ้าแคร้ แค่หยุดสูบ เรื่องเดียว



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เขียนด้านการค้า

4.2 นักแสดงที่ต้องการ (Casting)

4.2.1 ตัวละคร มาร์ค เป็นคนมั่นใจในตัวเอง หน้าตาดี รูปร่างดี วัยรุ่นไทย ท้วไป

4.2.2 ตัวละคร มิกซ์ เป็นเพื่อนสนิท ที่คอยรับฟังเสมอกับทุกเรื่อง ใจดี อุดหนุน

4.2.3 ตัวละคร เจสซี่ เป็นแฟน ของมาร์ค ซึ่งอ่อนป่อยแต่ไม่ชอบอธิบาย หัวดีกับมาร์คเสมอ

4.2.1 ตัวละคร มาร์ค



4.2.2 ตัวละคร มิกซ์



4.2.3 ตัวละคร เจสซี่



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ในการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 การลงพื้นที่ เพื่อหาสถานที่ถ่ายทำ (Scout Location)

4.3.1 ตึกบูรณา สจล.



4.3.2 ห้องน้ำโรงยิม สจล.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4 การวางแผนงบประมาณการถ่ายทำ (Budget Plan)

BUDGET PLAN

PROJECT TITLE : ADS. วิทยุวันหยุดสุดสัปดาห์ 3 ตอน	
DIRECTOR : Puttipat T.	PRODUCER : Supakhan R. (082-5462765)

รายละเอียดกองถ่าย

จำนวนนักแสดงหลัก 4 คน / เอ็กซ์ตรี้า 11 คน / จำนวนทีมงาน 19 คน

ระยะเวลาการถ่ายทำ 2 คิว / 2 วัน

งบประมาณ 40,000 บาท

ตารางคำนวณเงินทุน

รายการค่าใช้จ่าย	จำนวนเงิน (บาท)
1.สถานที่	
- สนามกีฬา	0
- โรงแรมเนชั่น 1	
- ห้องน้ำ สนามแบดมินตัน	
2.นักแสดง	
- เอก (2 คิว)	0
- บอล (2 คิว)	
- แวน (2 คิว)	
- เอ็กซ์ตรี้า (2 คิว)	
3.อุปกรณ์ถ่ายทำ	7,000
4.การเดินทาง	5,000
5.อุปกรณ์ประกอบฉาก	9,500
6.ออกแบบเครื่องแต่งกาย	2,000
7.อุปกรณ์แต่งหน้า	1,000
8.อาหาร	9,500
9.สวัสดิการอื่นๆ	2,000
10.กรณีฉุกเฉิน	4,000
รวม	40,000

กรณีฉุกเฉิน 40,000 – 36,000 = 4,000

สำหรับการถ่ายทำ Screen Test รวมทุกส่วนทั้งหมด 10,000 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.5 ตารางการถ่ายทำ (Brake Down)

BREAKDOWN DAY1		TITLE : ырุ่นหยุดสู		LOCATION : สนามบาสโรงเรียนเนเชอรัล 2 (สนามเบต)	
SHOOTING DATE : 03.03.2023		CALL TIME : 07:00 ริงถ่ายเท่า สทปิต		DIRECTOR : F4 / DOP : Mean / Art di : kanya	
		SHOOT/WRAP : 09:00 / 15:00		Producer : BIGBEW (082-546-2765)	
09:00 - 09:30	09:30 - 10:00	10:00 - 10:30	10:30 - 11:00		
sh1 LS ถ่ายมาร์คเดินตึกตึก และโชว์สูบบุหรี	sh2 MS Master	sh3 MCU รับหน้ามิกซ์ อานคอมเม้น	sh4 MCU รับหน้ามาร์ค อานคอมเม้น		
CAST : มาร์ค PROP : บุหรีไฟฟ้า	CAST : มาร์ค มิกซ์ PROP : โทรศัพท์มือถือ , บุหรีไฟฟ้า	CAST : มาร์ค มิกซ์ PROP : โทรศัพท์	CAST : มาร์ค มิกซ์ PROP : โทรศัพท์มือถือ , บุหรีไฟฟ้า		
11:00 - 11:30	11:30 - 12:30	12:30 - 13:00	13:00 - 13:20		
sh9 MS ฉากจบ พุทสโธแกน		sh5 LS สาวเจ๊กซี่ Y2K เดินเข้ามา	sh6 MLS หมอออกมาจากห้องน้ำ เดินมาข้างสาว		
CAST : มาร์ค มิกซ์ PROP : โทรศัพท์มือถือ , บุหรีไฟฟ้า		CAST : น้องอุ้ม PROP : ป้าย Tiktok	CAST : น้องอุ้ม + หมอ PROP : ป้าย Tiktok		

1

13:20 - 13:50	13:50 - 14:20		
sh7 LS RMA หมาเดินเข้ามา	sh8 MS คนที่เดือนในตึกตึกออกมาในโลกจริง		
CAST : เมเบิ้ล / แชนดี้ (+ฟัการ์ต) PROP : ป้าย Tiktok	CAST : น้องอุ้ม หมอ หมา (+ฟัการ์ต) PROP : ป้าย Tiktok		
		wrap !!!	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

BREAKDOWN DAY2 SHOOTING DATE: 01/03/2023		TITLE: ADS 5รุ่มรุ่มดูดู CALL TIME : 06.00 @โรงเรียนเก่า ลานบี SHOOT/WRAP : 06.00 / 18.00		LOCATION : ดิทรย่น3 / ห้องถ่าย ชั้นบนชั้น2 DIRECTOR : F4 ART DIR : GUY DOP : MEAN	
06.00	08:00 - 08:30	08:30 - 08:50	08:50 - 09:10		
รวมตัวกันที่โรงถ่าย กินข้าว เช็กของ เช็กกล้อง/ไฟ					
	sh2 MCU เจนเปิดตู้ออกมา เจอมี นอนออกมา CAST : เจจซี่ PROP : หนี	sh1 MS เจนเปิดตู้ออกมา เจอมี นอนออกมา CAST : เจจซี่ PROP : หนี	sh5 insert เจนเปิดตู้ออกมา เจอมี นอนออกมา โยนตุ๊กตาเข้าไป CAST : เจจซี่ PROP : หนี หนีหลายตัว		
09:10 - 09:40	09:40 - 10:10	10:10 - 10:30	10:00 - 10:15		
sh3 MS เจนเปิดตู้ เจอมาร์คยืนอยู่ มาร์คพูด เจนเดินออก CAST : เจจซี่ มาร์ค PROP : หนี บุหรี่ไฟฟ้า	sh6 MCU รับมาร์ค รือ ฟ่านบุหรีต กง เก็บบุหรี CAST : มาร์ค PROP : บุหรี่ไฟฟ้า	sh9 MS OTS มาร์คครึ่งบุหรี CAST : มาร์ค เจจซี่ PROP : บุหรี่ไฟฟ้า	sh4 MS บุหรีไฟฟ้ายก กับเก็บ CAST : มาร์ค PROP : บุหรี่ไฟฟ้า		

1

10:15 - 10:45	10:45 - 11:00	11:00 - 11:40	12:00 - 13:00	
			12.00 น. รวมตัว กินข้าว ของของ	
sh4.7 MCU เจนพูดว่า ไม่ เดินออก เจจซี่หน้าบัง อิม โสทนามงแต่งงาน CAST : เจจซี่ PROP : หมวกแต่งงาน	sh10 CU เจนจับมือมาร์คขึ้นมา CAST : เจจซี่ มาร์ค PROP :	sh11 LS สองจนจับมือ มงกอลัง CAST : เจจซี่ มาร์ค PROP : หมวกแต่งงาน ดอกไม้ ตุ๊กตาตุ๊ก		
13:30 - 14:00	14:00 - 14:30	14:30 - 14:50	14:50 - 15:20	
sh3 MCU Mater CAST : มาร์ค มิก PROP : บุหรี่ไฟฟ้า	sh4 MCU รับหน้ามาร์ค CAST : มาร์ค มิก PROP :	sh2 insert รับหน้ามิกช่วงแรก CAST : มาร์ค มิก PROP :	sh5 MS รับหน้ามิกช่วงหลัง โตนครัน CAST : มาร์ค มิก PROP :	

2

15:20 - 15:30	15:30 - 16:00	16:00 - 16:15	16:15 - 16:30	
sh1 insert ล้างมือ CAST : มิก PROP :	sh6 Dolly out โตนสาคสี 1 CAST : มิก PROP : ผงสี	sh7 Dolly out โตนสาคสี 2 CAST : มิก PROP : ผงสี	sh8 Dolly out โตนสาคสี 3 CAST : มิก PROP : ผงสี	
16:30 - 16:50	16:50 - 17:20	17:20 - 17:40	17:40 - 18:00	
sh9 MCU มิกถอยสี ตาเหลือง ส้ม CAST : มาร์ค มิก PROP :	sh10 LS มิกถอยสลาย มาร์คลงไปตบ สะตุงลิ้น ขึ้นมา CAST : มาร์ค มิก PROP :	sh11 MCU มาร์คทำเป็นจะจูบ CAST : มาร์ค มิก PROP :	sc12 LS 2 คน ท้นมานองกอลัง CAST : มาร์ค มิก PROP :	

3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเท่านั้น ไม่สามารถเผยแพร่ให้ภายนอกได้
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.6 ตารางนัดหมายกองถ่าย (Call Sheet)

CALL SHEET Q1 : ถ้าแคร้แคหฺยตลฺลฺบ ตอฺน ใฺมแคร้ใฺมพุดทฺรอก			Location : อาคารยิมเนเซียม2		
Date : วันศุ่กร์ 3 มีนาคม 2566			SHOOT / WRAP : 09.00 / 15.00		
Position	Name	Call time	Meeting point	On location	Contact
1.Director	เอฟ	07.00	โรงถ่ายเก่า	08.00	
2.Ass.Director	พีท	07.00	โรงถ่ายเก่า	08.00	
3.Producer	บิว	07.00	โรงถ่ายเก่า	08.00	
4.DOP	มีน	07.00	โรงถ่ายเก่า	08.00	
5.Ac1	บอล	07.00	โรงถ่ายเก่า	08.00	
6.Ac2	น้องบอล	07.00	โรงถ่ายเก่า	08.00	
7.Art Director	กาย	07.00	โรงถ่ายเก่า	08.00	
8.Art team	พลอยส้ม	07.00	โรงถ่ายเก่า	08.00	
9.Sound operator	อู๋	07.00	โรงถ่ายเก่า	08.00	
10.Boom operator	เตีล	07.00	โรงถ่ายเก่า	08.00	
11.Make up	มีน	07.00	โรงถ่ายเก่า	08.00	
12.Costume	น้องยีน	07.00	โรงถ่ายเก่า	08.00	
13.PM	พีเดียร์	07.00	โรงถ่ายเก่า	08.00	
14.Cast	น้องมาร์ค	08.00	อาคารยิมเนเซียม2	08.00	
15.Cast	มิทซ์	08.00	อาคารยิมเนเซียม2	08.00	
16.Cast	น้องอู๋ม	12.00	อาคารยิมเนเซียม2	12.00	
17.Cast	บอส	12.00	อาคารยิมเนเซียม2	12.00	
18.Cast	พี่การ์ดพร้อมหมา 2 ตัว	12.00	อาคารยิมเนเซียม2	12.00	
!!! เลิกกอง 15.00 น. !!!					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

CALL SHEET Q2 : ถ้าวอร์คแคชชั่น ตอน ก็เธอไม่แคร์ ตอน กลิ่นบุหรี่ปุไรใช้เรื่องตลก			Location : อาคารบูรณาการ ชั้น3 อาคารยิมเนเซียม2		
Date : วันศุกร์ 3 มีนาคม 2566			SHOOT / WRAP : 08.00 / 18.00		
Position	Name	Call time	Meeting point	On location	Contact
1.Director	เอฟ	06.00	โรงถ่ายเก่า	07.00	
2.Ass.Director	พีท	06.00	โรงถ่ายเก่า	07.00	
3.Producer	บิว	06.00	โรงถ่ายเก่า	07.00	
4.DOP	มีน	06.00	โรงถ่ายเก่า	07.00	
5.Ac1	บอล	06.00	โรงถ่ายเก่า	07.00	
6.Ac2	น้องบอล	06.00	โรงถ่ายเก่า	07.00	
7.Art Director	กาย	06.00	โรงถ่ายเก่า	07.00	
8.Art team	พลอยส้ม	06.00	โรงถ่ายเก่า	07.00	
9.Art team	พีทีโบสถ์	06.00	โรงถ่ายเก่า	07.00	
10.Sound operator	เต๋ล	06.00	โรงถ่ายเก่า	07.00	
11.Boom operator	น้องภูเขา	06.00	โรงถ่ายเก่า	07.00	
12.Make up	น้องหนูดี	06.00	โรงถ่ายเก่า	07.00	
13.Costume	น้องยีน	06.00	โรงถ่ายเก่า	07.00	
14.PM	พีเดียร์	06.00	โรงถ่ายเก่า	07.00	
15.Cast	น้องมาร์ค	06.00	โรงถ่ายเก่า	07.00	
16.Cast	เจสซี่	06.00	โรงถ่ายเก่า	07.00	
17.Cast	มิกซ์	12.00	อาคารยิมเนเซียม2	12.00	
!!! เลิกกอง 18.00 น. !!!					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

การสร้างงานถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา

ขั้นตอนถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา (Production)

การถ่ายทำเริ่มต้นจากการบริหารงบประมาณที่มีโดยแบ่งได้เป็นการถ่ายใน 2 คิว จากทั้งหมด 3 เรื่อง เพื่อควบคุมคุณภาพและงบประมาณให้ลงตัว และเลือกจากการแบ่งกำกับตัวละครในเรื่อง โดย เรื่องที่มีตัวละครประกอบเยอะ จึงเป็นคิวเข้าเต็มวัน และ คิว ตัวละครหลักสองเรื่อง สองคน เป็นครึ่ง คิว เข้า บ่าย ตามรายละเอียดดังนี้

5.1 การถ่ายทำในคิวที่ 1

วันที่ 3 มีนาคม 2566 เวลา 6.00 – 18.00 น. ถ่ายทำเรื่อง “ไม่แคร์ ไม่พูดหรอก”

มีตัวละครในฉากทั้งหมด 5 คน ประกอบด้วย 1. มาร์ค 2. มิกซ์ ตัวประกอบ 3. สาววัยรุ่น 4. หมอ 5. สุนัข การถ่ายทำเรื่องนี้เป็นเรื่องที่ยากมากทั้งในการควบคุม นักแสดง ที่จะสื่ออารมณ์บทพูดคุยที่เยอะ ในรายละเอียด และการ ควบคุม สุนัข ที่ใช้เวลา ค่อนข้างเยอะ จึงต้องเร่งถ่ายทำทุกอย่างไว้อดต้นเพื่อเหลือเวลาไว้ให้สำหรับ ฉาก สุนัข และสุดท้ายทุกอย่างเป็นผลดีจากที่เราเลือกสุนัขที่ฉลาดมาในตอนแรกและเวลาพอทุกอย่างลงตัวที่สุด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ หากมีข้อผิดพลาดประการใด ขออภัยไว้ล่วงหน้า และขอสงวนสิทธิ์ในเนื้อหาและข้อมูลทั้งหมดที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ โดยไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

5.2.1 การถ่ายทำในคิวที่ 2.1

วันที่ 11 มีนาคม 2566 เวลา 6.00 – 11.00 น. ถ่ายทำเรื่อง “ก็เธอไม่แคร์”

มีตัวละคร 2 คน 1. มาร์ค 2. เจสซี่ คู่รักที่มาขอลอกริทัศน์กันหน้าตู้ล็อกเกอร์การกำกับอารมณ์ที่ดูน่ารักและกวนๆ มีการคิดและซ้อมเล่นกันมาก่อนถ่ายทำอย่างดีใช้เวลาอย่างลงตัวทั้งการเตรียมฉากล่วงหน้าในตอนเช้าและการเตรียมกล้องไฟก่อนถ่ายตามการบล็อกช็อตล่วงหน้าแล้ว ทุกอย่างเป็นไปตามแผนเนื่องจากได้ขอสถานที่ไว้และจำกัดการใช้พื้นที่บริเวณนั้นล่วงหน้าแล้วในวันเสาร์ จึงไม่มีปัญหาติดขัดใดๆ ในระหว่างถ่ายทำและใช้เวลาเพื่อลองสื่ออารมณ์ได้อย่างหลากหลายในช่วงเวลาถ่ายทำ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ดูแลเนื้อหาขอสงวนสิทธิ์ในการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.2 การถ่ายทำในคิวที่ 2.2

วันที่ 11 มีนาคม 2566 เวลา 13.00 – 18.00 น. ถ่ายทำเรื่อง “กลิ่นบุหรี่ปริศไม่ใช่อะไรเรื่องตลก”

มีตัวละคร 2 คน 1. มาร์ค 2. มิกซ์ เพื่อนสนิทที่คนนึงเป็นคนที่ยี้แกล้งอีกคนเป็นคนที่โดนแกล้งประจำและเมื่อเขาพูดไปก็ไม่มีใครฟังจึงแกล้งตายสลบไปเพื่อให้เพื่อนสนใจบ้างว่าเขาจะพูดถึงอะไร หลังจากที่เรานำเวลาให้กับทีมอาร์ทเพื่อเข้ามาเตรียมสถานที่ก่อนแล้วในตอนเช้า หลังจากพักเที่ยงเราเริ่มถ่ายทำต่อที่ห้องน้ำของโรงยิมในสถาบันจึงไม่มีปัญหาเรื่องเวลาจากการเดินทางเคลื่อนย้ายทีมงานและเราใช้เวลาไม่นานมากสำหรับการแต่งหน้าเปลี่ยนชุดของนักแสดงและเตรียมกล้องไฟในแต่ละฉากแต่ละช่วง แต่มีส่วนหนึ่งของฉากที่เราต้องปาฝุ่นสีใส่นักแสดงเป็นสีที่ไม่มียันตรายต่อร่างกายแต่อาจจะอันตรายต่อกุ้งเลนส์ได้เราจึงได้เตรียมแรปป้องกันไว้อย่างดีและเรามีการซ้อมมาก่อนในหลายครั้งเพราะเมื่อสีได้ลงไปในตัวนักแสดงแล้วเป็นเรื่องค่อนข้างยากที่จะแก้ไขเพื่อปาซ้ำอีกครั้งได้ให้คล้ายเดิมเป็นอะไรที่ยากและลุ้นครั้งเดียวจึงใช้เวลาในส่วนนี้ค่อนข้างนานในช่วงท้ายของวันแต่ทั้งหมดเราจบตามตารางถ่ายด้วยดีไม่เสียเวลามากเกินไปและเราทำความสะอาดสถานที่ให้กับแม่บ้านตรงตามเวลาที่เราขอไว้เป็นอย่างดี



ไม่वारณณ์ใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของ

บทที่ 6

ขั้นตอนหลังถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา

ขั้นตอนหลังถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา (Post-Production)

การทำงานควบคุมการตัดต่อทั้งเสียงและสีทั้งหมดผ่านการแก้ไขลำดับในหลายครั้งโดยพัฒนาขึ้นในทุกครั้ง แต่ใจความของเรื่องยังคงเดิมและชัดเจนตามเนื้อเรื่องแต่ละเรื่องที่สุดคล้องกับอารมณ์ตามความรู้สึกดังนี้

1. “ก็เธอไม่แคร์” ความรักสนุกสดใส สีชมพู มีความน่ารักและความกวนผสมกับดนตรีบรรเลง
2. “กลืนบุหรี่ยังไม่ใช่ว่าเรื่องตลก” ความหลากหลายของกลิ่น ดูเร้าใจ รู้สึกได้ถึงอารมณ์การกระทำ
3. “ไม่แคร์ไม่พูดหรอก” สีที่สดดูสมจริงเหมือนความจริงในตอนนั้น คำพูดที่จริงใจสื่อความหมาย

6.1 การลำดับภาพแบบหยาบ (Rough Cut)

การตัดต่อในขั้นตอนตัดแบบหยาบเป็นการติดตามลำดับความคิดจากเรื่องราวบน story board และข้าพเจ้าเป็นคนได้ตัดเองในปัญหาใหญ่เลยที่เกิดขึ้นคือตัวเนื้อเรื่องที่ไม่สามารถลดทอนได้ตามความต้องการเวลาที่ยาวเกินไปทางคณะอาจารย์จึงแนะนำให้หาตำแหน่งตัดต่อคนใหม่ที่ไม่ใช่ผู้กำกับเองเพื่อที่จะได้รับการมองแบบใหม่ที่เข้าใจได้ง่ายและถูกต้องในทุกข้อกำหนดซึ่งเป็นผลดีมากขึ้นแหละผ่านไปได้ด้วยดี

6.2 การลำดับภาพแบบสมบูรณ์ (Fine Cut)

การตัดต่อในฉบับสมบูรณ์นั้นข้าพเจ้าได้รับข้อคิดเห็นจากผู้คนที่หลากหลายมากขึ้น และตกตะกอนทางความคิดและเข้าใจแก่นของเรื่องได้ชัดเจนว่าแต่ละเรื่องนั้นต้องการจะสื่อถึงอะไร และเข้าใจที่ว่าสาเหตุที่วัยรุ่นสูบบุหรี่ไฟฟ้าก็เพราะเขาแคร์ แต่ถ้าแคร์แค่หยุดสูบ ส่วนผลตอบรับค่อนข้างไปในทางที่ดีจาก และคำติชม คำแนะนำที่เกิดขึ้น ข้าพเจ้าก็รับไว้และใส่เข้ามาจนเมื่อสมบูรณ์แล้วข้าพเจ้า ภูมิใจที่ได้ทำและดีใจที่ได้พัฒนาเรียนรู้มากขึ้นจากการที่ได้รับฟังและลงมือทำและปรับใช้แก้ไขเสมอมา

6.3 การใช้ดนตรีประกอบ (Music Score)

การใช้ดนตรีประกอบในส่วนแต่ละเรื่องนั้นมีความแตกต่างทางอารมณ์ชัดเจนตามส่วนของการวางไว้ในตอนแรก โดยให้ภาพยนตร์โฆษณา ทั้ง 3 แตกต่างกัน ทั้งหนังรักสดใส แนวเซอร์เรียลแฟนตาซี แนวรามาชีวิต มีการแยกไปถึงแต่ละฉากไม่ใช่แค่แต่ละเรื่องดังนี้

6.3.1.ก็เธอไม่แคร์ = รักสดใส โทนสว่างจึงเลือกที่จะใช้แนวดนตรีคลาสสิก เพลงงานแต่งไปเลยเพราะเข้ากับความรักที่สดใส แต่ ชัดกับในตอนที่ผู้หญิงไม่พอใจ จะกลายเป็นโน้ตที่ต่ำที่หนักแล้วสลับกัน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเฉพาะ จะได้อยู่กับเธอไปนานนนน นนุญกตใด นันดานการค้ำ
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.3.2. กลิ่นบุหรืไม่ใช่เรื่องตลก = การที่ทำให้คนดูรับรู้ถึงสัมผัสต่างๆ ได้ด้วยเสียงที่รุนแรงเสียงการปะทะและดนตรีที่ คลาสสิก รื่นรมย์เหมือนกับสวนเอเดนที่เราเป็นเพียงคนตัวเปล่าแต่ได้รับผลกระทบ



6.3.3. ไม่แคร์ไม่พูดหรอก = ความเป็นวัยรุ่นกับความปัจจุบันระหว่างในโลกโซเชียลกับโลกจริงๆ เพลงสนุกที่วัยรุ่นชอบสลับกับเสียงจริงปัจจุบัน การเดินเสียงห้องน้ำเสียงกดชักโครกเพื่อสร้างอารมณ์ให้จริง และเสียงการแจ้งเตือนที่ตั้งเพื่อบอกให้รู้ว่านี่คือคนโซเชียลที่แสดงความคิดเห็นไว้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่บนโซเชียลมีเดีย
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.4 การปรับแต่งสี (Color Grading)

6.4.1. ก็เธอไม่แคร์ = รักสดใส โทนสว่าง สีชมพูหวานๆ แสงไฟโทนวอร์ม อบอุ่น ผิวสวยขาวใส



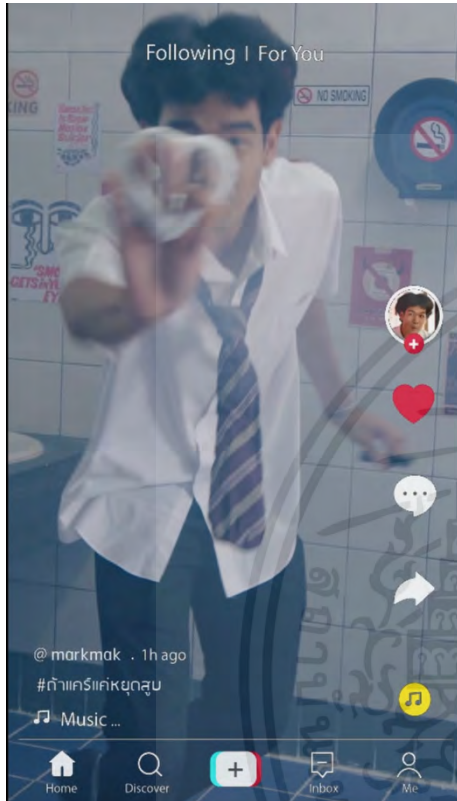
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.4.2. กลิ่นบุหรี่ปริ่ไม่ไช่เรื่องตลก = ภาพห้องน้ำจริงคือโหนดูน่ากลัวตืดเซียวๆ ห้องน้ำเหม็นๆ แต่โลกในภาพความคิดของมิคซ์ เป็นเหมือนสวนเอเดน มันหอมหวานรื่นรมย์แต่ก็ได้เราผลกระทบหลากหลายชาติ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.4.3.ไม่แคร์ไม่พูดทรอก = ในคลิปเต้นดูเทาๆ ควันมั่วๆ ดูวันเยอะและดูอันตราย ห้องน้ำที่ดูสมจริง



เอกสารนี้เป็นเอกสารทสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่บนสื่อออนไลน์หรือใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่นใดโดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 7

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

7.1 บทสรุป

การทำงานควบคุมการตัดต่อทั้งเสียงและสี ทั้งหมดผ่านการแก้ไขลำดับในหลายครั้งโดยพัฒนาขึ้นในทุกครั้ง การเรียนรู้ครั้งนี้เป็นประสบการณ์ที่สร้างความเปลี่ยนแปลงทางด้านโฆษณาของข้าพเจ้าอย่างมากทั้งได้ใช้เวลาทุ่มไปกับการคิดค้นคว้าจากความรู้ที่มีน้อยให้รู้มากกว่าที่เคยเป็นเวลากว่า 5 เดือน ที่ได้เตรียมความคิดเตรียมงานแก้ไขทดลองทุกๆ ครั้งที่ได้คิดทุกๆ ครั้งที่ได้แก้ไข ล้วนเกิดประสบการณ์ใหม่ให้ข้าพเจ้ามากขึ้นทั้งการหาแหล่งสนับสนุนติดต่อขอความอนุเคราะห์ก็ได้สร้างความสัมพันธ์ความรู้จักกับผู้คนใหม่ๆ ให้กับข้าพเจ้ามากกว่าที่เคยมีความคิดเห็นติชมของผู้ที่มองโลกได้กว้างกว่าที่ข้าพเจ้ายังมองวันนี้ ข้าพเจ้าได้รู้และเข้าใจมากขึ้นว่าในส่วนที่เราไม่รู้เราพลาดไปเพราะเราไม่เข้าใจวันนี้เราเข้าใจได้เท่านี้งานต่อๆ ไปจะส่งผลที่ดีกว่าเดิมนี่คือสิ่งที่ข้าพเจ้าได้รับเรียนรู้ตลอดการทำศิลปนิพนธ์ครั้งนี้และข้าพเจ้าหวังว่าจะเป็นผู้ชำนาญทางโฆษณาได้จริงๆ และพร้อมที่จะทำสิ่งใหม่ๆ ที่ท้าทายอย่างไม่กลัว ข้าพเจ้าขอบคุณด้วยใจยินดีกับทุกคนที่มีส่วนร่วมทั้งติชม ปรึกษา และลงทุนลงแรงกับงานนี้ ขอขอบคุณพระเจ้าสูงสุดที่อำนวยอวยพรให้ผ่านพ้นทุกปัญหาทางตันจากกำลังใจและความคิดที่ชื่นชมยินดีเสมอมา

7.2 ข้อเสนอแนะ

ช่วงที่เตรียมหาข้อมูล และเริ่มทำภาพยนตร์โฆษณาปัญหาที่ต้องการจะบอกทุกอย่างคือข้อเสียทำให้งานไม่น่าสนใจประเด็นที่ไม่ชัดเจนความท้าทายของงานภาพยนตร์โฆษณา มีข้อกำหนดที่ยากท้าทายในเวลาและเนื้อหาที่สั้นแต่น่าสนใจ ซึ่งเมื่อได้ทำโฆษณาแนวรณรงค์ ที่ยากกว่าโฆษณาที่ขายของเพราะเหมือนกับเราคุยกับคนหูหนวกตาบอดที่เขาไม่รู้แก้ไขทุกอย่างแต่เขาไม่รับไม่สนใจผ่านไป การที่จะโน้มน้าวใจคนที่ไม่คิดจะทำสักนิดได้ถือว่ายากมาก แต่ขอบคุณโอกาสจากคณาจารย์ กรรมการที่ได้แก้ไขได้กลับไปทบทวนทดสอบกับกลุ่มทดลองหลายครั้งในเนื้อเรื่องว่าเข้าใจง่าย แต่โดนใจกลุ่มพวกเขาบ้างอย่างไรจนเกิดการนำกลับมาสูในตัวศิลปนิพนธ์นี้

การถ่ายทำดำเนินไปด้วยความยากในส่วนเตรียมตัวสำหรับถ่ายทำกับวันเวลาที่ค่อนข้างจำกัด เพื่อเตรียมตัวถ่ายทำหาสถานที่และฝ่ายศิลป์ที่มีทีมงานจำกัดอีกทั้งงบประมาณที่มีไม่มากแต่เมื่อถึงวันถ่ายจริงทุกอย่างราบรื่นดำเนินตามตารางการนัดหมายไม่เกินไม่ผิดและมีเผื่อสำหรับนำมาติดต่อในภายหลังแม้จะยังเป็นทีมงานที่ไม่ชำนาญแต่ทุกคนตั้งใจให้ดีที่สุดเป็นสิ่งประทับใจที่สุด

สุดท้ายนี้ข้าพเจ้าหวังว่าผลงานศิลปนิพนธ์ชิ้นนี้จะเกิดผลดีต่อสังคมและเป็นผลว่า วัยรุ่นจะหยุดสูบ ได้มากขึ้น

บรรณานุกรม

<https://resourcecenter.thaihealth.or.th/media/GRy>

<https://resourcecenter.thaihealth.or.th/article/การตลาดบุหรี่ไฟฟ้า-ตัวร้ายถึงวัยรุ่นยุคใหม่เป็นสิ่งที่อมควัน>

<https://www.ashthailand.or.th>

<https://ashthailand.or.th/about>

<https://www.siampods.com/th>

https://www.youtube.com/watch?v=fHRQ_k47KiU

<https://www.factory01bangkok.com/2020anti2ndhandsmoking>

<https://www.youtube.com/watch?v=kDsFUwE13BY>

<https://www.hfocus.org/content/2021/10/23345>

https://www.isranews.org/article/isranews-scoop/103570-isranews_news-22.html

https://resourcecenter.thaihealth.or.th/article/บุหรี่ไฟฟ้า-ตัวเลือกหรือตัวร้ายของสายควัน?view-item=view_recommend

<https://www.hfocus.org/content/2022/11/26498>

<https://www.youtube.com/watch?v=N7W6DBTT5yo>

<https://www.youtube.com/watch?v=jJHcRB2N9lw>



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก

เบื้องหลังการถ่ายทำ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่ควรเผยแพร่หรือทำซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาต หากมีข้อสงสัยหรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อฝ่ายประชาสัมพันธ์ โทร. 02-254-4000

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ นามสกุล : พุฒิพัฒน์ โตรวันวิวัฒน์

วัน เดือน ปีเกิด : 26 กรกฎาคม 2543

ที่อยู่ : 354/70 เขต ลาดกระบัง แขวง คลองสองต้นนุ่น กรุงเทพฯ 10520

ประวัติการศึกษา :

2556 - 2561 มัธยมศึกษาตอนต้น - ตอนปลาย

โรงเรียน รัตนโกสินทร์สมโภชลาดกระบัง จังหวัด กรุงเทพฯ

2562 - 2565 ปริญญาตรีศิลปกรรมศาสตร์บัณฑิต

สาขาภาพยนตร์และดิจิทัล มีเดีย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ผลงาน :

2563 - โฆษณาการแข่งขันป้องกัน KMITL ประจำปี 2020

2563 - ภาพยนตร์สั้นแนวทดลอง เปลือก Fake

2564 - โฆษณา ปากกาตราม้า ลื่นรุ่มสูรุ่ม

2564 - วิดีโอประกอบเพลง BOW - APH1DET W/ RST Flush, PILLY (OFFICIAL MV)

2564 - สารคดี ชิ่ง

2564 - สารคดี Director Cut

2565 - โฆษณา ถ้าแคร้แค่หยุดสูบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้