

การผลิตภาพยนตร์โฆษณา “ WALL’S MAGNUM ”
COMMERCIAL FILM PRODUCTION “ WALL’S MAGNUM ”



นางสาววรรณ พิพัฒน์าศัย

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน.....
วัน,เดือน,ปี.....

12641972
.b.....
.i.....

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาภาพยนตร์และวิดีโอ

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2555

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์

การผลิตภาพยนตร์โฆษณา “WALL’S MAGNUM”
COMMERCIAL FILM PRODUCTION “WALL’S MAGNUM”



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาภาพยนตร์และวิดีโอ

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์

วันที่ 20 พ.ค. 16

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้า ไม่อนุญาติให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
(อาจารย์ รวิศักดิ์ รักใหม่)

กิตติกรรมประกาศ

ขอบคุณอาจารย์วิศักดิ์ รักใหม่ อาจารย์ที่ปรึกษาที่คอยให้คำแนะนำดีๆ ตั้งแต่ตัวงาน ศิลปนิพนธ์ชิ้นนี้ยังเป็นเพียงความคิดที่ล่องลอยจนสำเร็จลุล่วงเป็นชิ้นเป็นอันเช่นนี้

พี่ๆ Mucky-Muck ทั้งทีม Art Director พี่เสรี พี่เหมววัฒน์ พี่อภิวัฒน์ พี่อรวรรณ รวมถึง พี่ๆ ทีม Prop พี่สิทธิ พี่นทวัฒน์ และพี่อรรถพล Gaffer สำหรับคำแนะนำ และกำลังใจต่างๆ ที่หาไม่ได้จากที่ไหน ขอบคุณที่ให้โอกาสในการทำงาน เพราะทุกอย่างล้วนสอนให้ป้าน โตขึ้นและได้เรียนรู้อะไรมาขึ้นเหลือเกิน

ขอบคุณ สุชาดา และ พี่ครนพ นักแสดงสำคัญที่มาช่วยเติมเต็มผลงานชิ้นนี้

ขอบคุณ ชลธิชา นักตัดต่อไฟแรงที่ทำให้ภาพในความจินตนาการเป็นจริงขึ้นมาได้ และขอบคุณที่สละแรงกายมาช่วยในการออกกองอีกด้วย

ขอบคุณ ปราณปรียา ที่คอยช่วยเหลือในการทำงานต่างๆ รวมทั้งการออกกองครั้งนี้

ขอบคุณ อธิคม ช่างแต่งหน้าประจำกอง ขอบคุณที่ช่วยแต่งหน้าและยังช่วยทำงานในส่วนอื่นๆ อย่างมาก ขอบคุณจริงๆ

ขอบคุณ กุลอร ที่มาช่วยดูแลการแสดงให้ พร้อมทั้งช่วยคิดการแสดงให้ออกมาสมจริง

ขอบคุณ น้องอภิสิทธิ์ นิเทศ ปี 2 ตากล้องจำเป็น ขอบคุณมากที่ทุ่มเทแรงให้กับงานชิ้นนี้ของพี่เป็นอย่างมาก แม้ไม่ได้ถนัดกล้อง แต่ยังมาช่วยอย่างเต็มที่

ขอบคุณพี่เพชรรัตน์ ฝ่าย Catering ของร้าน Peony house ที่ช่วยติดต่อประสานงานการขอใช้สถานที่ รวมถึงขอบคุณเจ้าของร้าน Peony Teafe and Gallery และพี่ๆ พนักงานในร้านทุกคน ที่ให้ความช่วยเหลือ และเป็นมิตรกันทุกคน

และขอบคุณเพื่อนๆ ชาว Scene 27 ทุกคนสำหรับแรงกระตุ้นในการทำงาน น้ำใจที่ต่างหยิบยื่นให้กันมาตลอด ขอบคุณจริงๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
สารบัญ.....	ค
สารบัญภาพประกอบ	ง
บทที่	
1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของ โครงการ	1
วัตถุประสงค์ของ โครงการ	2
ขอบเขตของโครงการ	2
ลักษณะของโครงการ	2
แนวทางการบรรลุเป้าหมาย.....	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
2 การศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูล	4
กลยุทธ์ในการสร้างสรรค์(Creative Strategy)	4
ปัญหาทางการตลาด	4
เป้าหมายการสื่อสาร.....	4
กลุ่มเป้าหมาย.....	5
คู่แข่งที่สำคัญ	5
ประโยชน์ที่นำเสนอ.....	5
เหตุผลสนับสนุน.....	6
บุคคลิกของสินค้า	6
ผลิตภัณฑ์ Wall’s Magnum	7
ไอศกรีม Magnum รูปลักษณะและรสชาติต่างๆ	7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไอศกรีม Magnum รูปลักษณะและรสชาติต่างๆ

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	หน้า
ภาพยนตร์โฆษณาของผลิตภัณฑ์ Wall's Magnum	16
ภาพยนตร์โฆษณาที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ.....	16
ภาพยนตร์โฆษณาที่จัดทำขึ้นในประเทศไทย	19
การออกแบบภาพในงานภาพยนตร์โฆษณา.....	20
การออกแบบฉากในงานภาพยนตร์.....	20
แบบจำลองผลิตภัณฑ์ในงานโฆษณา	21
ความหมายของแบบจำลองผลิตภัณฑ์(Mock up).....	22
ประเภทของแบบจำลอง(Mock up).....	22
การถ่ายภาพผลิตภัณฑ์และอาหารในภาพยนตร์โฆษณา	23
3 แนวคิดในการสร้างสรรค์.....	26
แนวคิดในการสร้างสรรค์.....	26
บทภาพ(Storyboard)	26
เรื่องที่ 1 ไอศกรีม Wall's Magnum Choco-Cappuccino	26
เรื่องที่ 2 ไอศกรีม Wall's Magnum Almond.....	29
4 ขั้นตอนการถ่ายทำโฆษณา.....	32
ขั้นตอนก่อนการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา	32
การหาสถานที่สำหรับถ่ายทำ(Location)	32
การคัดเลือกนักแสดง(Casting)	33
เครื่องแต่งกาย(Costume)	34
อุปกรณ์ประกอบฉาก(Prop).....	34
การทำบรรจุภัณฑ์สำหรับถ่ายโฆษณา(Packaging)	34
ขั้นตอนการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา.....	35
ส่วนเนื้อเรื่อง.....	36
ส่วนอาหารและผลิตภัณฑ์.....	36
ขั้นตอนหลังการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา	37
การแก้ไขสภาพผิว	37

	หน้า
การปรับภาพให้เคลื่อนไหวช้ากว่าปกติ	37
5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	39
บทสรุปจากการศึกษา.....	39
ปัญหาในการทำงาน	39
ปัญหาในส่วนก่อนการถ่ายทำ.....	39
ปัญหาในส่วนระหว่างการถ่ายทำ.....	40
ปัญหาในส่วนหลังการถ่ายทำ	40
ข้อเสนอแนะ	41
บรรณานุกรม.....	42
ภาคผนวก.....	43
Script Breakdown Sheet Choco-Cappuccino.....	44
Script Breakdown Sheet Almond	48
ประวัติผู้เขียน	52

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่		หน้า
1	ผลิตภัณฑ์ไอศกรีม Wall's Magnum	6
2	Magnum Cone Classic.....	7
3	Magnum Cone Almond	8
4	Magnum Ego	8
5	Magnum Double Caramel	9
6	Magnum Double Chocolate.....	9
7	Magnum Caramel & nuts	10
8	Magnum Sandwich.....	10
9	Magnum Yogurt Fresh.....	11
10	Magnum Seven deadly sins	11
11	Magnum Intense Stick&Cup	12
12	Magnum Five Senses.....	12
13	Magnum Temptation	13
14	Magnum Mint.....	13
15	Magnum Mayan mystica	14
16	Magnum Moments.....	14
17	Magnum Gold.....	15
18	Magnum Infinity	15
19	Magnum 5 Kisses	16
20	ภาพยนตร์โฆษณา ไอศกรีม Wall's Magnum ที่นำมาฉายในประเทศไทย.....	17
21	งานศิลป์ในภาพยนตร์โฆษณา ไอศกรีม Wall's Magnum.....	18
22	ภาพยนตร์โฆษณา ไอศกรีม Wall's Magnum ที่จัดทำขึ้นในประเทศไทย.....	19
23	ภาพยนตร์โฆษณา ไอศกรีม Wall's Magnum ที่จัดทำขึ้นในประเทศไทย 2.....	19
24	ตัวอย่างการใช้แสงโทนอบอุ่นในภาพยนตร์โฆษณา McDonald's Ice Cream.....	20
25	ตัวอย่างภาพสวนสาธารณะ	21
26	ตัวอย่างภาพร้านกาแฟหรือคาเฟ่	21
27	ตัวอย่างภาพผลิตภัณฑ์ในโฆษณา สก็อต รังนกแท้ มานูก้า สันนี้	24

ภาพที่		หน้า
28	ตัวอย่างภาพอาหารใน โฆษณา SUKISHI Buffet	24
29	ตัวอย่างภาพอาหารใน โฆษณา KFC เบอร์เกอร์ปลาคริสต์ปี	25
30	บทภาพภาพยนตร์ โฆษณาไอศกรีม Wall's Magnum Choco-Cappuccino	22
31	บทภาพภาพยนตร์ โฆษณาไอศกรีม Wall's Magnum Almond.....	24
32	การไปสำรวจสถานที่ถ่ายทำก่อนถ่ายทำจริง	32
33	นักแสดงหลักของภาพยนตร์ โฆษณา	33
34	เสื้อผ้าสไตล์ Chill out	34
35	การทำบรรณจุกัณฑ์เพื่อใช้ในการถ่ายทำโฆษณา.....	35
36	การทำบรรณจุกัณฑ์เพื่อใช้ในการถ่ายทำโฆษณา 2.....	35
37	การถ่ายทำในส่วนเนื้อเรื่อง.....	36
38	การถ่ายทำในส่วนอาหารและผลิตภัณฑ์	36
39	การ Masking เพื่อปรับให้ผิวเรียบเนียน.....	37
40	การปรับภาพให้เคลื่อนไหวช้า.....	38

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ

ในปัจจุบัน สินค้าและบริการที่เราใช้อยู่ทุกวันนี้ ล้วนเป็นสินค้าที่เป็นที่มีความคุ้นเคย อาจมาจากการบอกเล่าปากต่อปากถึงคุณภาพของสินค้าและบริการนั่นเอง หรือการเห็นจำติดตาจากภาพตามป้ายรถประจำทาง รถไฟฟ้า หรือแม้แต่ให้โทรทัศน์เอง ไม่ว่าจะด้วยรูปแบบหรือวิธีการใดก็ตาม มันก็ทำให้เราจดจำและปฏิเสธไม่ได้ว่า ทุกวันนี้โฆษณาที่มีบทบาทในชีวิตประจำวันของเราอย่างมาก อีกทั้งยังมีอิทธิพลต่อการใช้ชีวิตต่างๆของเรามากด้วย และภาพยนตร์โฆษณานี้เองก็เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการโฆษณาที่ค่อนข้างเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจอุปโภคบริโภคของเรามาก แม้กระทั่งทำให้เราสามารถจดจำ คล้อยตามและกระตุ้นให้เราอยากซื้อหรือใช้สินค้าและบริการนั้น ภายในเวลาไม่กี่วินาทีเท่านั้นเอง จึงเป็นที่น่าสนใจเหลือเกินว่าการทำโฆษณานั้นมีเทคนิคหรือวิธีการแบบใดให้เป็นที่โดนใจของผู้บริโภค

อีกทั้งเมื่อไม่นานมานี้เอง Wall's Magnum ไอศกรีมคุณภาพที่เรารู้จักดีในวัยเยาว์ก็ได้กลับมาเปิดตัวใหม่อีกครั้ง พร้อมทั้งนำรสชาติใหม่เข้ามา อีกทั้งยังปรับปรุงสูตรใหม่ด้วยการใช้ช็อกโกแลตเบลเยี่ยมแท้เป็นส่วนผสม จนสามารถทำให้เกิดกระแส Magnum Fever ไปในวงกว้าง ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกอยากจะลิ้มลองในช็อกโกแลตเบลเยี่ยมที่เรียกได้ว่าเป็นที่สุดแห่งช็อกโกแลต นอกจากความอร่อยแล้ว ช็อกโกแลตยังเป็นขนมหวานชั้นดีที่ช่วยให้คลายความเครียด เพราะในช็อกโกแลตมีส่วนช่วยให้ร่างกายหลั่งสารเอนดอร์ฟิน ซึ่งเหมาะมากสำหรับผู้คนที่ใช้ชีวิตในเมืองที่เต็มไปด้วยความเครียดอันเนื่องมาจากสภาพแวดล้อม การงาน หรืออื่นๆ ข้าพเจ้าจึงมีความสนใจที่จะทำภาพยนตร์โฆษณา Wall's Magnum นี้ขึ้นมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การทำภาพยนตร์โฆษณาชิ้นนี้นอกจากจะได้เรียนรู้ถึงกระบวนการการผลิตภาพยนตร์โฆษณาทั้งด้านการคิด วิเคราะห์ การเชื่อมโยงข้อมูลการตลาดของผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปพัฒนาวิธีการนำเสนอในภาพยนตร์โฆษณาแล้ว ยังได้ศึกษาเทคนิคการทำแบบจำลองผลิตภัณฑ์ และเทคนิคการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์ในเชิงโฆษณาอีกด้วย เพื่อเป็นการพัฒนาความรู้ความสามารถและนำไปปรับใช้ในอนาคตข้างหน้าต่อไป

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อศึกษากระบวนการการผลิตภาพยนตร์โฆษณา
2. เพื่อศึกษาเทคนิคการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์และอาหารในเชิงโฆษณา
3. เพื่อเรียนรู้การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดของผลิตภัณฑ์และนำมาใช้ในการพัฒนาแนวคิดที่จะนำเสนอในภาพยนตร์โฆษณา

ขอบเขตของโครงการ

ภาพยนตร์โฆษณา 2 เรื่อง ความยาวเรื่องละ 30 วินาที

ลักษณะของโครงการ

ภาพยนตร์โฆษณา 2 เรื่อง มีเรื่องราวเกี่ยวกับผู้หญิงและความรัก โดยเน้นที่การถ่ายภาพผลิตภัณฑ์และอาหาร

แนวทางการบรรลุเป้าหมาย

1. ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลการตลาดของ Wall's Magnum เพื่อกำหนดกลยุทธ์การสร้างสรรค์โฆษณา(Creative Strategy)

2. สร้างสรรค์ Storyboard

3. เตรียมงานและวางแผนงานก่อนการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา

4. ดำเนินการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับครูใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามให้คัดลอกไปเผยแพร่ ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. ลำดับภาพและเสียง รวมทั้งการเก็บรายละเอียดต่างๆของงานหลังการถ่ายทำ
ภาพยนตร์โฆษณา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้รู้เรียนทักษะการผลิตภาพยนตร์โฆษณา
2. ได้รู้เรียนการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์ในเชิงโฆษณา
3. เป็นแนวทางสำหรับการคิดวิเคราะห์แผนการตลาดของผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปพัฒนาแนวคิดการนำเสนอโฆษณาสำหรับผู้สนใจ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

การค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูล

กลยุทธ์ในการสร้างสรรค์ (Creative Strategy)

จากการค้นคว้าศึกษาข้อมูลทางการตลาดของไอศกรีม “Wall’s Magnum” สามารถแจกแจงออกมาเป็นข้อมูลต่างๆ เพื่อใช้ในการพัฒนาแนวความคิดการนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ่านทางภาพยนตร์โฆษณาได้ดังต่อไปนี้

1. ปัญหาทางการตลาด

จากการสำรวจสินค้าประเภท ไอศกรีมที่จัดจำหน่ายผ่านตู้ตามแช่ในร้านสะดวกซื้อหรือห้างสรรพสินค้าขนาดย่อม พบว่าจะมีไอศกรีมต่างๆหลากหลายรสชาติด้วยกัน ซึ่งไอศกรีมรสช็อกโกแลตก็เป็นรสหนึ่งอันเป็นที่นิยม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Wall’s Magnum ที่เพิ่งกลับมาเปิดตัวใหม่อีกครั้ง พร้อมปรับปรุงสูตรและการันตีคุณภาพด้วยการเลือกใช้ช็อกโกแลตชั้นดีจากประเทศเบลเยียมมาเป็นส่วนผสม ซึ่งแตกต่างจากไอศกรีมช็อกโกแลตอื่นๆตามท้องตลาดทั่วไปที่เลือกใช้ช็อกโกแลตราคาถูก ที่อาจใช้สารปรุงแต่งรสชาติหรือมีส่วนผสมของช็อกโกแลตเพียงเล็กน้อย ทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถได้รับคุณประโยชน์ต่างๆจากช็อกโกแลตได้เท่าเทียมกับช็อกโกแลตแท้ๆที่อยู่ในไอศกรีม Wall’s Magnum ซึ่งเมื่อทานช็อกโกแลตนั้นแล้วจะช่วยให้อารมณ์ดี ชลอคความแก่ ป้องกันการเกิดมะเร็ง เป็นต้น

ดังนั้นการโฆษณาไอศกรีม “Wall’s Magnum” ควรจะมีการโฆษณาที่แสดงให้เห็นถึงคุณประโยชน์ที่ได้จากวัตถุดิบที่ใช้อย่างช็อกโกแลตจากเบลเยียม เพื่อแสดงให้ผู้บริโภคเห็นถึงความแตกต่างที่ทำให้ Wall’s Magnum เป็นที่นิยม โดยจัดออกฉายผ่านสื่อโทรทัศน์ในประเทศมากขึ้น รวมถึงสิ่งสิ่งพิมพ์ต่างๆด้วย

2. เป้าหมายของการสื่อสาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้ภายในเพื่อวัตถุประสงค์เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านธุรกิจ การโฆษณาต้องการสื่อสารให้เห็นว่า ไอศกรีมช็อกโกแลตของ “Wall’s Magnum” คือ “ไอศกรีมแห่งความสุขที่ใครก็อยากลิ้มลอง”

3. กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายเป็นผู้หญิง อายุ 18–25 ปี เป็นวัยที่กำลังมีความรัก ใช้ชีวิตในเมือง ใกล้ร้านค้าประเภทสะดวกซื้อหรือห้างสรรพสินค้าขนาดย่อม ทำงานในออฟฟิศหรืองานที่ค่อนข้างมีความเครียดสูง ได้เงินเดือนตั้งแต่ 8,000-30,000 บาท เป็นคนค่อนข้างทันสมัย มีรสนิยม ชอบความโรแมนติก จิตนาการ เพื่อฝัน ชอบการเซอร์ไพรส์ ใส่ใจในเรื่องสุขภาพและรูปร่าง อ่านหนังสือหรือนิยายแนวโรแมนติก ฟังเพลงแนว Bossa Nova, Vocal Jazz ชอบทานขนมหวาน เค้กและไอศกรีม มักซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อหรือห้างสรรพสินค้าขนาดย่อม การตัดสินใจซื้อสินค้าจะมาจากตัวเองและสื่อโฆษณา เลือกซื้อของต่างๆจากความชอบส่วนตัวเป็นหลัก นิยมรับสื่อทางโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ต ชอบดูรายการทีวีเกมส์โชว์ที่เกี่ยวกับผู้หญิงและความสวยความงาม เช่น แจ๋ว, ผู้หญิงถึงผู้หญิง, Take me out Thailand, สดรอเบอรี่ชีสเค้ก เป็นต้น ชอบดูภาพยนตร์และ ซีรีส์ฝรั่งที่เกี่ยวกับความรัก วัยรุ่น ตามช่อง true series, True Movie Hits, HBO เป็นต้น โดยจะดูในช่วง 17.00-22.30 น. ของทุกวันในวันธรรมดา และ 14.00 -22.00 น. ในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ซึ่งรวมทั้งการรับชมรายการรายการทีวีย้อนหลังผ่านอินเทอร์เน็ตด้วย

4. คู่แข่งที่สำคัญ

คู่แข่งที่สำคัญ คือ ไอศกรีมช็อกโกแลตประเภทแท่งที่จัดจำหน่ายผ่านตู้ไอศกรีมต่างๆ ตามร้านสะดวกซื้อหรือห้างสรรพสินค้าขนาดย่อม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “Nestle Mega” ซึ่งมีลักษณะของไอศกรีมที่ใกล้เคียงกับ “Wall’s Magnum” รส Almonds เป็นอย่างมาก อีกทั้งยังมีราคาที่ถูกกว่า “Wall’s Magnum” เพียง 5 บาท แต่ไม่มีระบุหรือการันตีถึงคุณภาพช็อกโกแลตที่นำมาใช้

ในส่วนของไอศกรีม “Wall’s Magnum” นั้น ได้การันตีว่าใช้ช็อกโกแลตแท้จากประเทศเบลเยียม ซึ่งมีรสชาติของช็อกโกแลตที่เป็นเอกลักษณ์ ทำให้แน่ใจได้ว่าสามารถทำให้ผู้บริโภคได้รับคุณประโยชน์ต่างๆของช็อกโกแลตได้อย่างแน่นอน อีกทั้งไอศกรีม “Wall’s Magnum” ยังมีหลายรสชาติด้วยกัน ได้แก่ Classic, Almonds, Chocolate Truffle และ Choco-Cappuccino

5. ประโยชน์ที่น่าเสนอ

ถ้าคุณได้รับประทาน ไอศกรีม “Wall’s Magnum” นอกจากจะได้ลิ้มรสชาติความอร่อยของช็อกโกแลตคุณภาพจากเบลเยียม โดยไม่ต้องไปซื้อไกลถึงประเทศเบลเยียมเอง คุณยังจะได้รับคุณประโยชน์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการลดความแก่ ช่วยลดอัตราการเกิดโรคหัวใจ ป้องกันโรคมะเร็ง อีกทั้งยังกระตุ้นให้เกิดการหลั่งสารเอ็นดอร์ฟิน ซึ่งเป็นสารที่ช่วยลดความเจ็บปวดและยังทำให้รู้สึกสุขสบายยาวนานขึ้นอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. เหตุผลสนับสนุน

ไอศกรีม “Wall’s Magnum” ทำมาจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพอย่างช็อกโกแลตจากประเทศเบลเยียม ซึ่งเป็นประเทศที่โดดเด่นเรื่องความอร่อยของช็อกโกแลตอยู่แล้ว อีกทั้งในช็อกโกแลตนั้นยังมีสารสองชนิดในอนันดาไมด์ อันเป็นส่วนประกอบในช็อกโกแลต มีคุณสมบัติทำให้เรารู้สึกสุขสบายยาวนาน ทำให้คุณอารมณ์ดีอีกด้วย

7. บุคลิกของสินค้าและโฆษณา

โรแมนติก คูอบอุ้นและนุ่มนวล



ภาพที่ 1 ผลิตภัณฑ์ไอศกรีม Wall's Magnum

ที่มา : How to market Magnum ice cream. [How to market Magnum ice cream](http://chuvaness.com/7105/food/how-to-market-magnum-ice-cream/) [Online], Accessed 6 October 2012. Available from <http://chuvaness.com/7105/food/how-to-market-magnum-ice-cream/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ Magnum

Magnum เป็นไอศกรีมไลน์หนึ่งที่นิยมมากในหลายๆประเทศ ซึ่งอยู่ภายใต้แบรนด์ของบริษัท ยูนิลีเวอร์ ซึ่งเป็นบริษัทข้ามชาติสัญชาติอังกฤษและเนเธอร์แลนด์

ไอศกรีม Magnum ผลิตมาครั้งโดย บริษัท Frisko ประเทศเคนมาร์ก โดยมีลักษณะเป็นไอศกรีมวนิลาเคลือบด้วยไวท์ช็อกโกแลตหรือคาร์คช็อกโกแลตอย่างหนา น้ำหนัก 86 กรัม โดยภายหลังได้กลายเป็น Magnum Classic ที่ขายในปัจจุบัน รวมทั้งยังเป็นไอศกรีมต้นแบบในการพัฒนารูปลักษณ์และรสชาติต่างๆมาจนทุกวันนี้

ไอศกรีม Magnum รูปลักษณ์และรสชาติต่างๆ

- ปี 1989: original Magnum หรือภายหลังเรียกว่า "Magnum Classic"
- ปี 1992: Almond
- ปี 1993: Chocolate, White
- ปี 1994: Cone Classic



ภาพที่ 2 Magnum Cone Classic

ที่มา : Magnum. Magnum [Online], Accessed 11 May 2013. Available from <http://deborannetta.tumblr.com/post/6790967689/magnum>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ผู้จัดทำไว้เพื่อการเรียนการสอน ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ปี 1995: Walnut

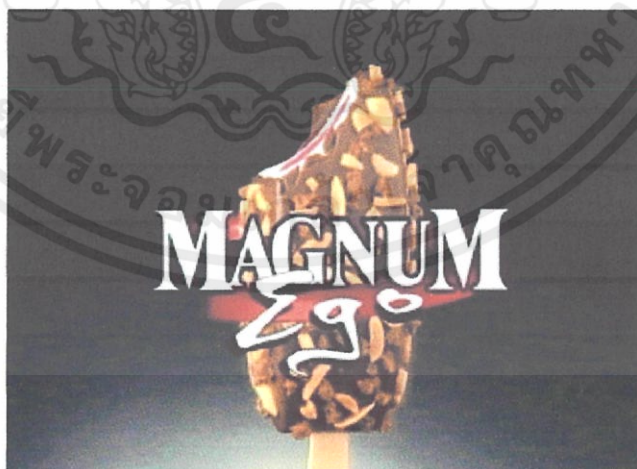
- ปี 1996: Nougat, Magnum White Chocolate Coconut, Cone Almond



ภาพที่ 3 Magnum Cone Almond

ที่มา : Magnum. Magnum [Online], Accessed 11 May 2013. Available from http://www.2twintig.nl/2twintig/beeldbank/ola/ola_ijs/index.htm

- ปี 1997: Orange Choc
- ปี 1998: Ego



ภาพที่ 4 Magnum Ego

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ที่มา : Magnum Ego tv-commercial. Magnum Ego tv-commercial [Online], Accessed 11 May 2013. Available from <http://televisiereclame.blogspot.com/2007/09/magnum-ego.html>

- ปี 1999: Double Caramel



ภาพที่ 5 Magnum Double Caramel

ที่มา : Magnum Double Caramel Ice Cream Bar. Magnum Double Caramel Ice Cream Bar [Online], Accessed 11 May 2013. Available from http://www.polyvore.com/magnum_double_caramel_ice_cream/thing?id=32003559

- ปี 2000: Double Chocolate



ภาพที่ 6 Magnum Double Chocolate

ที่มา : Nowe Magnum double chocolate. Nowe Magnum double chocolate [Online], Accessed 11 May 2013. Available from <http://kotlet.tv/nowe-magnum-double-chocolate>

- ปี 2001: Caramel & nuts



ภาพที่ 7 Magnum Caramel & nuts

ที่มา : Magnum Caramel & Nuts. Magnum Caramel & Nuts [Online], Accessed 11 May 2013.

Available from http://www.eskimo-business.at/produkte/kleinpackungen-magnum-101138.caramel_nuts.html

- ปี 2002: Sandwich, Yogurt Fresh



ภาพที่ 8 Magnum Sandwich

เอกสารนี้เป็นลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี การคัดลอกโดยไม่ได้รับอนุญาตถือว่าผิดกฎหมาย
ที่มา : Magnum Sandwich Almond. Magnum Sandwich Almond [Online], Accessed 11 May 2013. Available from <http://gbglace.fi/tuotteet/magnum-sandwich-almond/>



ภาพที่ 9 Magnum Yogurt Fresh

ที่มา : Zurück zu den Produkten. Zurück zu den Produkten [Online], Accessed 11 May 2013.

Available from <http://www.so-schmeckt-glueck.de/Products/ProductDetail.aspx?bid=168279&sid=168248&pid=168242>

- ปี 2003: Seven deadly sins (Lust, Sloth, Greed, Gluttony, Envy, Wrath, Vanity)



ภาพที่ 10 Magnum Seven deadly sins

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใด ๆ ทั้งสิ้น ขอสงวนสิทธิ์ในชื่อและเครื่องหมายการค้าของบริษัทผู้ผลิต

ที่มา : Seven deadly sins. Seven deadly sins [Online], Accessed 11 May 2013. Available from <http://dcforfmp.blogspot.com/2010/03/7-deadly-sins.html>

- ปี 2004: Intense (Stick), Intense (Cup)



ภาพที่ 11 Magnum Intense Stick&Cup

ที่มา : Magnum. [Magnum \[Online\]](http://deboraanetta.tumblr.com/post/6790967689/magnum), Accessed 11 May 2013. Available from <http://deboraanetta.tumblr.com/post/6790967689/magnum>

- ปี 2005: Five Senses (Aroma, Touch, Vision, Sound, Taste)



ภาพที่ 12 Magnum Five Senses

ที่มา : Macam Macam Rasa Es Krim Magnum!. [Macam Macam Rasa Es Krim Magnum!](http://www.indoforum.org/showthread.php?t=218686) [Online], Accessed 11 May 2013. Available from <http://www.indoforum.org/showthread.php?t=218686>

[Online], Accessed 11 May 2013. Available from <http://www.indoforum.org/showthread.php?t=218686>

- ปี 2007: Ecuador Dark/Colombia Aroma/Temptation/Java, Mint



ภาพที่ 13 Magnum Temptation

ที่มา : Magnum Temptation. Magnum Temptation [Online], Accessed 11 May 2013. Available from <http://www.kotusozluk.com/gorseller/17900/1>



ภาพที่ 14 Magnum Mint

ที่มา : Mint. Mint [Online], Accessed 11 May 2013. Available from <http://www.magnumicecream.com/products/mint-ice-cream-bar/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับอาจารย์และบุคลากรเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ปี 2008: Mayan mystica



ภาพที่ 15 Magnum Mayan mystica

ที่มา : Magnum Mayan Mystica : et dieu créa... le chocolat!. Magnum Mayan Mystica : et dieu créa... le chocolat! [Online], Accessed 11 May 2013. Available from http://www.chococlic.com/Magnum-Mayan-Mystica-et-dieu-crea-le-chocolat_a75.html

- ปี 2009: Moments



ภาพที่ 16 Magnum Moments

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ที่มา : Magnum Moments - Relais d'or. Magnum Moments - Relais d'or [Online], Accessed 11
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามเผยแพร่ลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มาไปใช้
 May 2013. Available from <http://www.relaisdor.fr/nos-produits/fiche-produits.php?pid=980225>

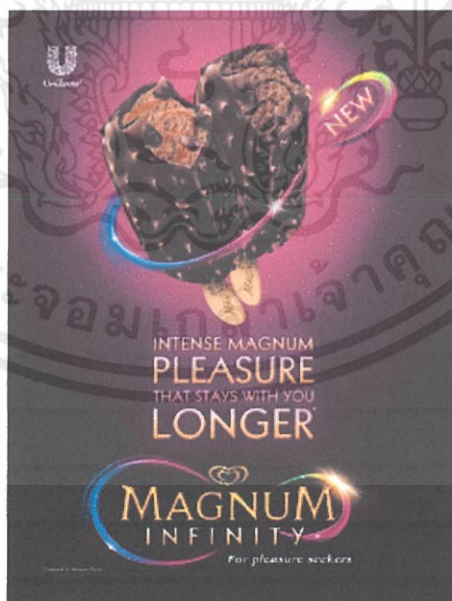
- ปี 2010: Gold



ภาพที่ 17 Magnum Gold

ที่มา : Gold?!. Gold?! [Online], Accessed 11 May 2013. Available from <http://www.magnumicecream.com/products/gold-ice-cream-bar/>

- ปี 2011: White Chocolate & Nuts
- ปี 2012: Infinity (Chocolate or Chocolate and Caramel), Mint, Mochaccino



ภาพที่ 18 Magnum Infinity

ที่มา : To Infinity and beyond. Infinity and beyond [Online], Accessed 11 May 2013. Available from <http://themarketingmunchkin.blogspot.com/2012/09/to-infinity-and-beyond.html>

- ปี 2013: 5 Kisses (Creme Brulee, Meringue and Red Fruits, Tiramisu, Chocolate Cake, Apple Pie)¹



ภาพที่ 19 Magnum 5 Kisses

ที่มา : Magnum 5 Kisses Haces tiempo para un beso?. Magnum 5 Kisses Haces tiempo para un beso? [Online], Accessed 11 May 2013. Available from <http://www.openads.es/magnum-5-kisses-haces-tiempo-para-un-beso/>

แม้ว่าในปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์ไอศกรีมของ Magnum นั้น จะมีความหลากหลายทั้งรสชาติ และรูปลักษณะออกมาให้ได้พบเห็น แต่สำหรับประเทศไทยนั้น มีวางจำหน่ายเพียง 4 รสชาติเท่านั้น ได้แก่ Magnum Classic, Magnum Almond, Magnum Chocolate Truffle และ Magnum Choco-Cappuccino

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
¹ Magnum (ice cream), **Magnum (ice cream)**[Online], 19 May 2013. Available from http://en.wikipedia.org/wiki/Magnum_%28ice_cream%29
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งหากการนำไปใช้

ภาพยนตร์โฆษณาของผลิตภัณฑ์ Wall's Magnum

ภาพยนตร์โฆษณาของผลิตภัณฑ์ Wall's Magnum ที่ออกฉายแล้วผ่านโทรทัศน์ในประเทศไทยนั้น มีด้วยกัน 2 ประเภท คือ โฆษณาที่จัดทำขึ้นในต่างประเทศและนำเข้ามาฉายในประเทศไทย และโฆษณาที่จัดทำขึ้นเองในประเทศไทย ซึ่งทั้งสองประเภทยังมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน

ภาพยนตร์โฆษณาที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ

ภาพยนตร์โฆษณา Wall's Magnum ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศมีรูปแบบเป็นไปตามแบบฉบับของทางยุโรป เนื่องจากมิได้มีการถ่ายทำขึ้นใหม่สำหรับฉายในประเทศไทย เป็นเพียงการนำโฆษณาเดิมที่มีอยู่แล้วมาใส่เสียงบรรยายภาษาไทยเข้าไปแทนที่ รูปแบบการนำเสนอในโฆษณานี้เน้นใช้ความแตกต่างสร้างความรู้สึกลึกซึ้งแปลกตา เช่น ความแตกต่างในด้านยุคสมัยที่ปรากฏอยู่ในเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย รวมถึงการแต่งหน้า ทำผมของผู้แสดงประกอบ ซึ่งในปัจจุบัน ไม่สามารถพบเห็นการแต่งกายหรือการแต่งหน้า ทำผมในลักษณะนี้ได้แล้ว



ภาพที่ 20 ภาพยนตร์โฆษณาไอศกรีม Wall's Magnum ที่นำมาฉายในประเทศไทย

ที่มา : Joaquin Baca-Asay. *Magnum Temptation TV Advert - The Royal Treatment* [VDO Clip].

MagnumThailand, 2012.

ในทางศิลปะของโฆษณาตัวนี้เองก็เป็นไปในแบบของยุโรป ทั้งเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ย้อนยุค ของตกแต่งในแต่ละฉาก เช่น รถม้า หอมวัก เป็นต้น รวมถึงนักแสดงทั้งหมดเองก็ล้วนเป็นชาวต่างชาติ และสถานที่ที่ใช้ในภาพยนตร์โฆษณานี้ก็เป็นประเทศทางยุโรปเช่นกัน



ภาพที่ 21 งานศิลป์ในภาพยนตร์โฆษณาไอศกรีม Wall's Magnum

ที่มา : Joaquin Baca-Asay. Magnum Temptation TV Advert - The Royal Treatment [VDO Clip].
MagnumThailand, 2012.

ภาพยนตร์โฆษณา Wall's Magnum ตัวนี้นั้น เป็นการบอกเล่าเรื่องราวของหญิงสาวคนหนึ่งให้มีความรู้สึกเป็นคนพิเศษตั้งแต่วินาทีแรกที่ได้ลิ้มลองไอศกรีมคำแรก โดยเหตุการณ์เริ่มต้นที่ซานซาลารถไฟฟ้าใต้ดิน มีหญิงสาวกำลังรอรถไฟอยู่ และเธอได้ฉีกซองไอศกรีมเม็กนัมใหม่พร้อมดื่มคำสุดท้ายกับบรรดาไอศกรีมวานิลลาเนียนเคลือบช็อกโกแลตเบลเยียมแท้ หนากรอบให้ความเข้มข้นเต็มอารมณ์ครั้งแรกที่กัดคั้งแคร็ก หลังจากนั้นก็มีเสียงแตรดังขึ้น เมื่อหญิงสาวมองไปที่ซานซาลาพบว่ามิเหล่าข้าราชการมาตั้งแถวรอรับพร้อม เป้าแตรสคูตี ขณะที่หญิงสาวทำหน้าที่งูจงอางเล็กน้อย

เมื่อก้าวขึ้นบน ไปรถไฟฟ้าใต้ดินที่เต็มไปด้วยผู้คนแน่นขนัด ก็มีเหล่าข้าราชการยกเก้าอี้มาให้นั่ง จนหญิงสาวรู้สึกว่าตนเองเป็นคนพิเศษ ไม่เพียงเท่านั้นความพิเศษดังกล่าวยังคงตามเธอไปยังออฟฟิศ เมื่อข้าราชการอยู่คอยปรนนิบัติพิศวีให้เธอไม่ห่าง โดยที่เธอไม่ต้องทำอะไรเลยนอกจากกินไอศกรีมเท่านั้น สร้างความตะลึงให้กับเพื่อนร่วมงานที่กำลังกินช็อกโกแลตอยู่ไม่กล้าผู้ส่ายตา

นอกจากนี้ทั้งเมืองต้องตื่นตะลึงที่หญิงสาวได้รับการต้อนรับจ้เจ้าหญิงมีรถม้ามาพาไปส่งที่บ้าน เหล่าข้าราชการและขุนนางยืนรอรับส่ง จนหญิงสาวประทับใจและเข้าไปสวมกอดขุนนางคนหนึ่งที่ยื่นผ้าเช็ดปากให้ หลังจากนั้นหญิงสาวขึ้นไปบนห้อง และมีเสียงดังจากด้านล่างจนทำให้เธอมองออกไปนอกระเบียงและพบว่าประชาชนทั้ง เมืองมาขึ้นต้อนรับสรรเสริญอยู่จำนวนมาก รวมทั้งมีภาพของเธอกลายเป็นเจ้าหญิงขนาดยักษ์ปรากฏบนตึกสูง ซึ่งเป็นความรู้สึกพิเศษที่เธอสัมผัสได้จากกรกัดไอศกรีมเม็กนัมคำแรกจนถึง คำสุดท้าย

สำหรับภาพยนตร์โฆษณาออลล์ ทรีตเมนท์ มีความยาว 1 นาที มียูนิลีเวอร์เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ และผลงานดังกล่าวสร้างสรรค์โดยบริษัท โกลา จำกัด กำกับโดย Joaquin Baca-Asay²

ภาพยนตร์โฆษณาที่จัดทำขึ้นในประเทศไทย

ภาพยนตร์โฆษณา Wall's Magnum ที่จัดทำขึ้นในประเทศไทย ได้มีการนำดาราดังมาเป็นพรินเซนต์ด้วยกัน 5 คน ได้แก่ ชมพู่ อารยา เอฮาร์เก็ต, อนันดา เอเวอร์ริงแฮม, เต๋อ ฉันทวิทย์, โอปอลล์ ปาณิสรา พิมพ์ปூ, และชวพร เกาหงษ์ชนะ รูปแบบการนำเสนอจะเป็นไปในลักษณะที่ตามติดชีวิตคนดัง โดยมีฉากให้เห็นถึงช่วงที่ทานไอศกรีม Wall's Magnum โดยอาศัยพฤติกรรมการเล่นแบบของวัยรุ่นที่หลงไหลในพรินเซนต์แต่ละคนมาเป็นจุดขาย



ภาพที่ 22 ภาพยนตร์โฆษณาไอศกรีม Wall's Magnum ที่จัดทำขึ้นในประเทศไทย

ที่มา : Chompoo Araya: ชมพู่กำลังฟินสุดๆ! Chompoo Araya: ชมพู่กำลังฟินสุดๆ! [VDO Clip]. MagnumThailand, 2012.



ภาพที่ 23 ภาพยนตร์โฆษณาไอศกรีม Wall's Magnum ที่จัดทำขึ้นในประเทศไทย 2

ที่มา : อนันดาคิมด้า Magnum Choco Cappuccino จนฟ้าหลุด. อนันดาคิมด้า Magnum Choco Cappuccino จนฟ้าหลุด [VDO Clip]. MagnumThailand, 2012.

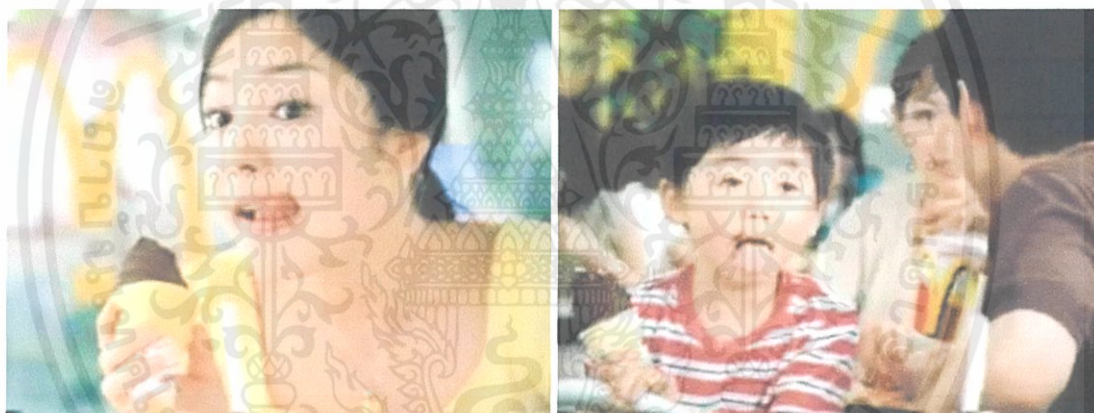
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

² แม็กนัม ทำให้คุณรู้สึกพิเศษ. (2555, 5 สิงหาคม). ฐานเศรษฐกิจ, หน้า 8

จากงานโฆษณาดังกล่าวจึงทำให้ข้าพเจ้าอยากจะนำเสนอภาพยนตร์โฆษณาในรูปแบบที่เรียบง่าย แตกต่างจากโฆษณาที่มีมาของไอศกรีม Wall's Magnum เช่น ใช้นักแสดงที่ไม่ดังหรือเป็นที่รู้จักมากนัก ไม่เน้นความหรูหรา แต่พูดถึงไอศกรีม Wall's Magnum ที่หาซื้อได้ทั่วไป เรื่องราวจึงเกิดขึ้นในสถานที่ที่พบได้ในชีวิตประจำวัน พูดถึงผู้หญิงและความสุข โดยให้ไอศกรีม Wall's Magnum เป็นเสมือนความสุขที่ใครๆก็อยากลิ้มลอง

การออกแบบภาพในงานภาพยนตร์โฆษณา

การออกแบบภาพในงานโฆษณาของข้าพเจ้าจะใช้แสงในโทนอบอุ่น เน้นใช้แสงธรรมชาติเป็นหลัก และมีการใช้แสงแบบ High-Key เพื่อให้ภาพที่ออกมามีลักษณะที่นุ่มนวลและสดใส เพื่อสื่อถึงความโรแมนติก



ภาพที่ 24 ตัวอย่างการใช้แสงโทนอบอุ่นในงานภาพยนตร์โฆษณา McDonald's Ice Cream
ที่มา : McDonald's Ice Cream. McDonald's Ice Cream [VDO Cilp]. Soul, 2008.

การออกแบบฉากในงานภาพยนตร์

ฉากที่จะเห็นในภาพยนตร์โฆษณาจะใช้การเซ็ตในสถานที่จริง ซึ่งอาจมีการหาอุปกรณ์หรือของตกแต่งฉากมาจัดวางเพิ่มเติมตามความเหมาะสม เพราะเนื่องจากว่า สถานที่หลักในเรื่องเป็นร้านกาแฟหรือคาเฟ่ที่มีเก้าอี้ โซฟา โต๊ะ หรืออุปกรณ์ประกอบฉากขนาดใหญ่ค่อนข้างเยอะ การเซ็ตฉากขึ้นมาเองทั้งหมดอาจเสียเวลา เสียเงินค่าขนย้ายค่อนข้างมากและอาจไม่ได้ความสมจริงอีกด้วย ส่วนสถานที่ในโฆษณาตัวที่สองเอง สถานที่หลักเป็นสวนสาธารณะ ซึ่งไม่สามารถเซ็ตขึ้นมาได้เองทั้งหมด ดังนั้นในงานภาพยนตร์โฆษณาชิ้นนี้ข้าพเจ้าจึงเลือกที่จะเซ็ตในสถานที่จริงแทน



ภาพที่ 25 ตัวอย่างภาพสวนสาธารณะ

ที่มา : indexklong [นามแฝง]. OLYMPUS E5 ณ สวนรถไฟ [ออนไลน์], สืบค้น 25 เมษายน 2556.
เข้าถึงได้จาก <http://www.taklong.com/supermodel/show-supermodel.php?No=531089>



ภาพที่ 26 ตัวอย่างภาพร้านกาแฟหรือคาเฟ่

ที่มา : ไล-บรา-รี่ มุมอร่อยของคนรักกาแฟ. ไล-บรา-รี่ มุมอร่อยของคนรักกาแฟ [ออนไลน์], สืบค้น 25 เมษายน 2556. เข้าถึงได้จาก <http://travel.thaiza.com/ไล-บรา-รี่-มุมอร่อยของคนรักกาแฟ/174466/>

แบบจำลองผลิตภัณฑ์ในงานภาพยนตร์โฆษณา

ในการผลิตภาพยนตร์โฆษณาชิ้นนี้ จะมีการทำแบบจำลองผลิตภัณฑ์(Mock up)ขึ้นมาเพื่อใช้ในการถ่ายทำ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ Wall's Magnum นั้นเป็นไอศกรีม ซึ่งมีหลายปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของรูปร่างของผลิตภัณฑ์ เช่น อุณหภูมิ ระยะเวลาในการถ่ายทำ เป็นต้น จึงทำให้ต้องใช้แบบจำลองผลิตภัณฑ์แทน

ความหมายของแบบจำลองผลิตภัณฑ์(Mock up)

แบบจำลอง (Mock up) คือ สิ่งที่ประดิษฐ์ขึ้นเพื่อเลียนแบบของจริง เช่น วัตถุจำลอง เลียนแบบอาหารตาม โฆษณาต่างๆ เพื่อเพิ่มภาพลักษณ์สำหรับร้านอาหาร และง่ายต่อการจดจำของ ลูกค้า ซึ่งสามารถทำได้จากวัสดุหลายชนิด ลักษณะของแบบจำลองที่ดีจะต้องมีความเหมือนจริง และเก็บรักษาได้นาน

แบบจำลองมีใช้กันมานานแล้วในต่างประเทศ สำหรับงานถ่ายทำงานต่างๆ ในปัจจุบัน ถือว่ามีความจำเป็น และนิยมใช้กันเป็นส่วนใหญ่เพื่อแทนของจริง เช่น โฆษณาอาหาร โฆษณา เครื่องดื่ม เป็นต้น เพื่อความสะดวกในการถ่ายทำ³

ประเภทของแบบจำลอง(Mock up)⁴

แบบจำลองสามารถแบ่งประเภทต่างๆ ได้ 3 ประเภทดังนี้

1. แบบจำลอง (Mock up) ที่ทำขึ้นมาเพื่อเลียนแบบวัตถุต่างๆ ในกรณีที่ไม่สามารถใช้ วัตถุจริงได้ ไม่ว่าจะเป็นการนำไปใช้งานที่ผิดประเภท เช่น ต้องการนำไปตีศิระ โดยไม่ให้ศิระ แดก ซึ่งก็ต้องมีการทำแบบจำลอง (Mock up) ไม่นั้นขึ้นมา หรือต้องการเลียนแบบวัตถุนั้นๆ ขึ้นมา ให้มีขนาดที่ใหญ่กว่าหรือเล็กกว่าขนาดจริง เพื่อวัตถุประสงค์ในการถ่ายทำที่แตกต่างกันออกไป และการทำแบบจำลอง (Mock up) จำพวกไอศกรีมหรือน้ำแข็ง ก็ทำขึ้นเนื่องจากไม่สามารถใช้ถ่าย ทำได้ เพราะเกิดการละลายเมื่อโดนความร้อนจากแสงไฟ หรืออยู่ในที่อุณหภูมิสูง

2. แบบจำลอง (Mock up) ประเภท Mechanic คือมีออปที่สร้างขึ้นมาเพื่อเลียนแบบ วัตถุต่างๆ แล้วนำวัตถุแบบลอง (Mock up) นั้นมาใส่วงจรอิเล็กทรอนิกส์เข้าไป ซึ่งทำให้ตัวแบบ จำลอง (Mock up) มรกรายขับ หมุนตัว หรือเคลื่อนที่ได้ เช่น ในการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณาบาง เรื่องที่ต้องการทำให้ปลาขยับปากพูดได้ จึงต้องมีการวางวงจรอิเล็กทรอนิกส์เข้าไปด้านหนึ่งของปลา ทำให้ปลาขยับปากพูดได้และสามารถบังคับทำงานได้

3. แบบจำลอง (Mock up) ในรูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า คือการสร้างห่อบรรจุภัณฑ์ สินค้าขึ้นมาใหม่โดยยึดบรรจุภัณฑ์เดิมเป็นหลัก ซึ่งในการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณาทุกเรื่องที่ต้อง ถ่ายช็อตที่มี บรรจุภัณฑ์สินค้า จำเป็นต้องสร้างห่อบรรจุภัณฑ์นี้ขึ้นมาใหม่ซึ่งคือการสร้างแบบ

³ น้ำผึ้ง บุญสนอง, เพ็ญประภาศดุรกิจ และณัฐวิดี ณ รั้งยี, การประดิษฐ์ไอศกรีมจำลอง (Mock up)

เพื่อใช้แทนอาหารจริงในการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา (วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต สาขาวิชา เทคโนโลยีการถ่ายภาพและภาพยนตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2552), 35

⁴ เรื่องเดียวกัน, 37-38

จำลอง (Mock up) เพราะตัวสินค้าที่ผลิตขึ้นมาจริงมีลักษณะแบน ยับ มีรอยขูดขีด ซึ่งถ้านำมาใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์จะทำให้ภาพลักษณ์ดูไม่ดี

การถ่ายภาพผลิตภัณฑ์และอาหารในภาพยนตร์โฆษณา

ในการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์และอาหารนั้น มีอยู่ทั้งในรูปแบบของภาพยนตร์โฆษณาและภาพนิ่ง ซึ่งการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์และอาหารสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทหลักๆด้วยกันคือ Packaging, Advertising และ Editorial ซึ่งอธิบายได้ดังต่อไปนี้

1) Packaging การถ่ายภาพในประเภทนี้จะยุ่งยากกว่าการถ่ายในประเภท Advertising และ Editorial พอสมควร เนื่องจากทุกอย่างจะต้องสมบูรณ์แบบที่สุด รวมไปถึงจะต้องมีการใช้จำนวนของสิ่งของที่แน่นอนในภาพ เปลี่ยนแปลงกลางคันไม่ได้ หากเป็นการถ่ายสินค้าที่นำออกมาจากกระป๋องหรือกล่องก็จะต้องเป็นของที่เป็นจริง มีจำนวนจริงที่อยู่ในภาชนะนั้นจริงๆ มีระเบียบและกฎหมายที่จะต้องปฏิบัติตาม การจัดแสงก็มักจะเป็นแสงที่ค่อนข้างจะ flat เพื่อให้เห็นรายละเอียดของทุกอย่างตามจริง เวลาที่ใช้ส่วนใหญ่ในการถ่ายคือการจัด ซึ่งจะต้องให้เห็นรายละเอียดของทุกอย่างอย่างชัดเจน

2) Advertising Food Photography การถ่ายภาพในแนวนี้เป็นการถ่ายเพื่อใช้โฆษณาอาหาร ทำเมนู ทำโบรชัวร์ หรือขึ้นป้าย ถึงแม้ว่าจะยุ่งยากน้อยกว่าประเภทแรก แต่ข้อจำกัดทางด้าน layout และกฎหมายก็ยังมีอยู่เช่นกัน ช่างภาพสามารถใส่ความคิดของตนเองเข้าไปได้บ้างทางเรื่องของแสงและการใช้ Prop หรือ Special Effects บ้างเล็กน้อยๆ และควรสื่อให้เห็นถึงความสำคัญหรือความต่อเนื่องระหว่างภาพกับผลิตภัณฑ์

3) Editorial Food Photography การถ่ายภาพแนวนี้เป็นการสร้างภาพที่สวยงามแทนที่จะเป็นการถ่ายภาพเพื่อสื่อคั้งในแบบของสองแนวข้างบน มันเป็นการถ่ายภาพที่แสดงออกถึงความคิด ความมีศิลปะของช่างภาพอย่างแท้จริง แสงคือสิ่งสำคัญอันดับหนึ่งของภาพประเภทนี้ แต่การจัดองค์ประกอบก็ต้องไม่เป็นรอง

โดยส่วนใหญ่แล้ว การถ่ายภาพผลิตภัณฑ์และอาหารมักจะจัดให้อยู่บนพื้นหลังสีขาว เพื่อไม่ให้ภาพหรือสีของพื้นหลังมาเบนความสนใจและกวนสายตาของผู้บริโภค แต่ในปัจจุบันการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์และอาหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับการถ่ายทำในรูปแบบภาพยนตร์โฆษณานั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใด ⁵ ทั้งสิ้น คือทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงแก้ไข และต้องนำเงินบริจาคของเอกสารนี้ไปใช้

Food photography, **Food photography** [ออนไลน์], 18 พฤษภาคม 2556. เข้าถึงได้จาก

<http://www.photoartcmu.com/sites/default/files/%20Food%20photography.pdf>

เริ่มมีการถ่ายให้อยู่บนพื้นหลังที่มีสีสันมากขึ้น โดยอาจเป็นพื้นหลังเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ หรือพื้นหลังของเรื่องราวในโฆษณาที่เล่าเรื่องอยู่ ซึ่งภาพของผลิตภัณฑ์โดยส่วนใหญ่มักจะอยู่ในตอนท้ายของโฆษณา ส่วนภาพของอาหารนั้นมักจะแทรกอยู่ระหว่างการเล่าเรื่อง โดยทั้งภาพผลิตภัณฑ์และภาพอาหารนั้นสามารถพบเห็นได้ในความยาวประมาณ 2-5 วินาทีเท่านั้น



ภาพที่ 27 ตัวอย่างภาพผลิตภัณฑ์ในโฆษณา สก๊อต รังนกแท้ มานูก้า ฮันนี่

ที่มา : Scotch Bird's nest Manuka Honey30s. Scotch Bird's nest Manuka Honey30s [VDO Clip].
กรุงเทพ, 2555.



ภาพที่ 28 ตัวอย่างภาพอาหารในโฆษณา SUKISHI Buffet

ที่มา : SUKISHI Buffet. SUKISHI Buffet [VDO Clip]. กรุงเทพ, 2556.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 29 ตัวอย่างภาพอาหารในโฆษณา KFC เบอร์เกอร์ปลาคริสปี

ที่มา : เบอร์เกอร์ปลาคริสปี ซอสเลมอนจาก KFC. เบอร์เกอร์ปลาคริสปี ซอสเลมอนจาก KFC

[VDO Clip]. กรุงเทพฯ, 2556.

ในภาพยนตร์โฆษณาของข้าพเจ้านี้เอง ก็จะถ่ายทำโดยมีการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์และอาหารตัดสลับกับเนื้อเรื่องด้วย เพื่อแสดงให้เห็นถึงผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน ทำให้ผู้บริโภคจดจำภาพของสินค้าได้ รวมทั้งเน้นย้ำความรู้สึกของผู้บริโภคให้รู้สึกอยากบริโภคสินค้านั้นด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

แนวความคิดในการสร้างสรรค์

แนวความคิดของภาพยนตร์โฆษณา

แนวความคิดของภาพยนตร์โฆษณาชิ้นนี้คือ “The Taste of Happiness” หรือ “ความสุขที่ต้องลิ้มลอง” อันเนื่องมาจากว่า ไอศกรีม Wall’s Magnum นั้น เป็นไอศกรีมที่มีส่วนผสมของช็อกโกแลตแท้จากประเทศเบลเยียม ซึ่งมีประโยชน์มากมายด้วยกัน แต่โฆษณาชิ้นนี้ได้หยิบยกเอาประโยชน์ของช็อกโกแลตในด้านความสุกมาเล่าเรื่อง โดยให้ไอศกรีม Wall’s Magnum เป็นเสมือนตัวแทนของความสุขที่ผู้คนต่างต้องการ

บทภาพ(Storyboard)

ภาพยนตร์โฆษณาชิ้นนี้เป็นภาพยนตร์โฆษณามีเนื้อเรื่องเกี่ยวกับผู้หญิงที่ทานไอศกรีม Wall’s Magnum อย่างมีความสุขเหมือนต้องมนต์ในความอร่อย จนทำให้ผู้คนรอบข้างจ้องมองและอยากลิ้มลองไอศกรีม Wall’s Magnum เช่นเดียวกับเธอ โดยโฆษณาชิ้นนี้ทำออกมา 2 เรื่อง ตามรสชาติของไอศกรีม ดังนี้

เรื่องที่ 1 ไอศกรีม Wall’s Magnum Choco-Cappuccino

ในร้านกาแฟซึ่งมีคนอยู่ไม่มากนัก ขณะที่ชายหนุ่มคนหนึ่งกำลังนั่งเครียดกับงานอยู่นั้น หญิงสาวคนหนึ่ง ได้เดินเข้ามานั่งโต๊ะถัดไปจากเขา พร้อมทั้งหยิบไอศกรีม Wall’s Magnum ขึ้นมา ด้วยกลิ่นที่เข้ายั่วล่อทำให้ชายหนุ่มรวมถึงสาว ๆ ในโต๊ะถัดไปถึงกับหันมามองอย่างไม่ละสายตา แต่หญิงสาวคนนั้นก็ยังทานไอศกรีม Wall’s Magnum อย่างต้องมนต์ในความอร่อย จนกระทั่งหญิง

สาวคนนั้นหันมาเห็นชายหนุ่มที่กำลังมองเธออย่างไม่ลดละ เธอจึงยิ้มให้เขา ชายหนุ่มจึงแก้เงินด้วยการหยิบกาแฟขึ้นมาจากจนหมดแก้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับบริการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Shot : MS ชายหนุ่มนั่งทำงาน

Sound : Acoustic Backing Music



Shot : MS หญิงสาวเดินเข้ามา

Sound : Acoustic Backing Music



Shot : CU ผู้หญิงหยิบ Magnum ออกมา

Sound : Acoustic Backing Music



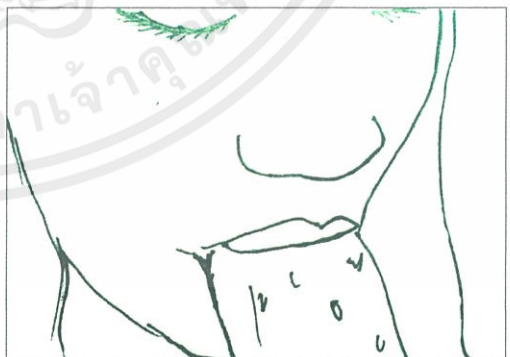
Shot : MS ผู้ชายหันมามอง

Sound : Acoustic Backing Music



Shot : MS ผู้หญิงดึง Magnum ออกจากซอง

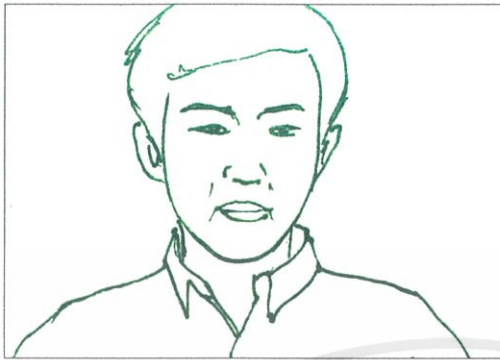
Sound : Acoustic Backing Music



Shot : MS ผู้หญิงกัด Magnum

Sound : Acoustic Backing Music

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Shot : MS ผู้ชายมองด้วยความอยากกิน
Sound : Acoustic Backing Music



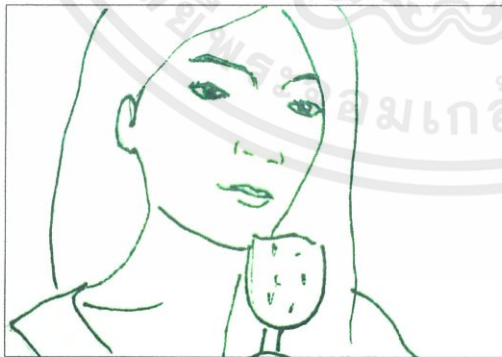
Shot : MS ผู้หญิงเคลิ้มกับรสชาติ Magnum
Sound : Acoustic Backing Music



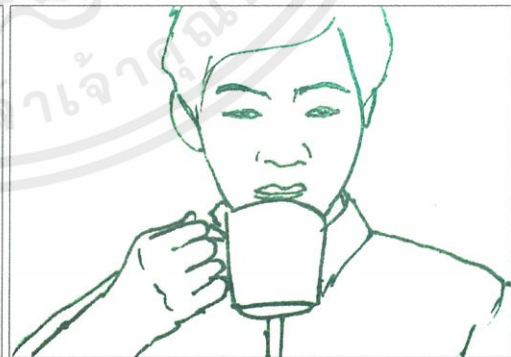
Shot : CU เทชีอก โกลเดต
Sound : Acoustic Backing Music



Shot : CU ราคชอสคาราเมตลงชีอก โกลเดต
Sound : Acoustic Backing Music



Shot : MS ผู้หญิงหันมาสบสายตากับผู้ชาย
Sound : Acoustic Backing Music



Shot : MS ผู้ชายดื่มกาแฟแก้เงิน
Sound : Acoustic Backing Music

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Shot : MS ผู้หญิงยิ้มให้ผู้ชาย

Sound : Acoustic Backing Music



Shot : LS ผลิตภัณฑ์ไอศกรีม Magnum

Sound : “Magnum Cappuccini ความสุขที่ต้องลิ้มลอง

ภาพที่ 30 บทภาพยนตร์โฆษณาไอศกรีม Wall’s Magnum Choco-Cappuccino

เรื่องที่ 2 ไอศกรีม Wall’s Magnum Almond

ในสวนสาธารณะแห่งหนึ่ง ชายหนุ่มกำลังนั่งฟังเพลงอย่างสบายใจบนม้านั่งริมทางเดิน หญิงสาวคนหนึ่ง ได้เดินเข้ามานั่งที่ม้านั่งถัดไปจากเขา พร้อมทั้งหยิบไอศกรีม Wall’s Magnum ขึ้นมา ชายหนุ่มหันไปมองอย่างไม่ละสายตา พร้อมทั้งขยับตัวเข้าไปใกล้หญิงสาวขึ้นเรื่อยๆ จนหญิงสาวคนนั้นหันมาเห็น เธอจึงรีบทานไอศกรีม Wall’s Magnum คำสุดท้าย แล้วจึงยิ้มให้หันมายกคิ้วให้ชายหนุ่มอย่างสะใจ ชายหนุ่มได้แต่มองอย่างเสียดาย



Shot : LS ผู้หญิงเดิน

Sound : Acoustic Backing Music



Shot : LS ผู้หญิงนั่งลงที่ม้านั่งข้างผู้ชาย

Sound : Acoustic Backing Music

เอกสารนี้เป็นเอกสารเพื่อการศึกษานำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Shot : CU ผู้หญิงหยิบ Magnum ขึ้นมา

Sound : Acoustic Backing Music



Shot : MS ผู้ชายหันมามอง

Sound : Acoustic Backing Music



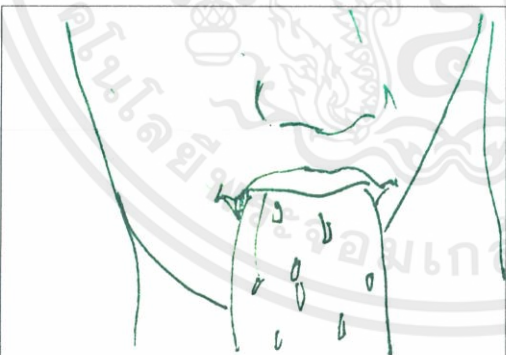
Shot : MS ผู้หญิงถือ Magnum

Sound : Acoustic Backing Music



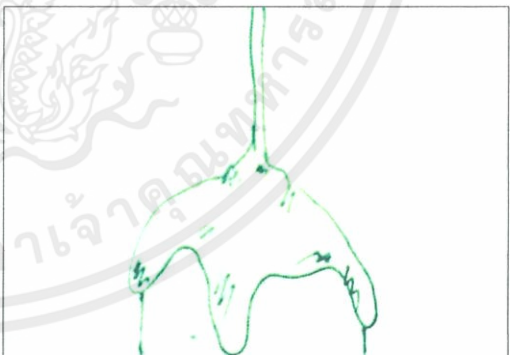
Shot : MS ผู้ชายขยับตัวมาใกล้ผู้หญิง

Sound : Acoustic Backing Music



Shot : CU ผู้หญิงกัด Magnum

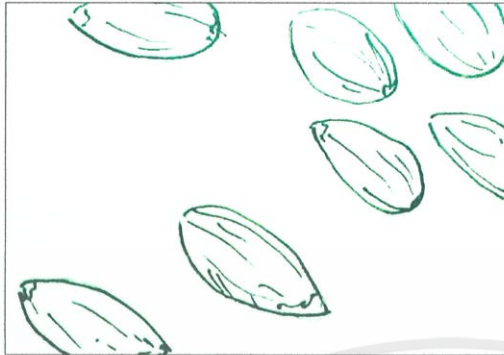
Sound : Acoustic Backing Music



Shot : CU ช็อกโกแลตราดบน ไอศกรีม

Sound : Acoustic Backing Music

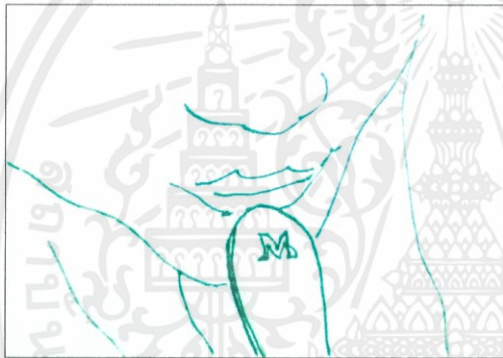
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



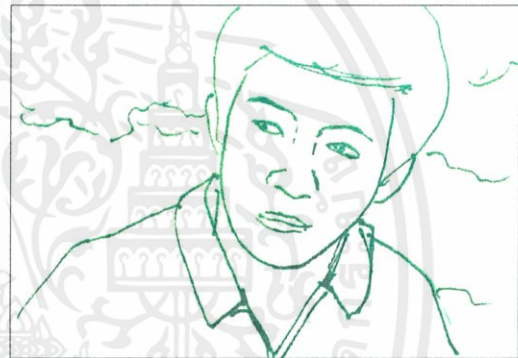
Shot : CU อัลมอนต์
Sound : Acoustic Backing Music



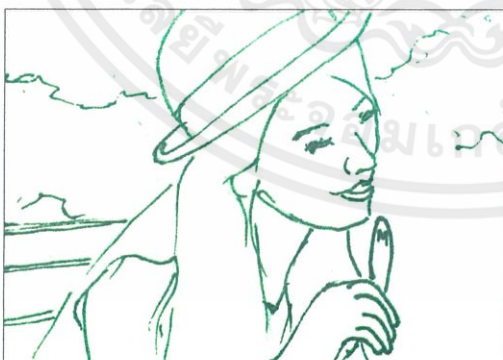
Shot : MS ผู้หญิงหันไปเห็นผู้ชายแอบมอง
Sound : Acoustic Backing Music



Shot : CU ผู้หญิงกิน Magnum คำสุดท้าย
Sound : Acoustic Backing Music



Shot : MS ผู้ชายกินอย่างเสียดาย
Sound : Acoustic Backing Music



Shot : MS ผู้หญิงขมขื่นกั้วให้ผู้ชาย
Sound : Acoustic Backing Music



Shot : LS ผลิตภัณฑ์ไอศกรีม Magnum
Sound : “Magnum Almond ความสุขที่ต้องลิ้มลอง”

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์การใช้งานเพื่อการศึกษาดูงาน ไม่อนุญาติให้เผยแพร่หรือใช้ซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 31 บทภาพยนตร์โฆษณาไอศกรีม Wall's Magnum Almond

บทที่ 4

ขั้นตอนการถ่ายทำโฆษณา

ขั้นตอนก่อนการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา

หลังจากที่ได้ค้นคว้าข้อมูล วิเคราะห์การตลาดของผลิตภัณฑ์จนได้แนวคิดในการสร้างสรรค์ภาพยนตร์โฆษณาชิ้นนี้แล้ว จากนั้นจึงวางแผนเพื่อหาวิธีการถ่ายทำในแต่ละช็อตโดยอ้างอิงจากบทภาพที่เราได้วางไว้ก่อนหน้านี้

การหาสถานที่สำหรับการถ่ายทำ(Location)

หลังจากที่เราได้บทภาพแล้ว เราจึงออกหาสถานที่ที่จะใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณาของเรา โดยในภาพยนตร์โฆษณาของข้าพเจ้านั้นมีสถานที่หลักด้วยกัน 2 แห่ง ได้แก่ ร้านกาแฟและสวนสาธารณะ โดยวิธีที่ใช้ในการหาสถานที่สำหรับถ่ายทำเริ่มแรกเลยนั่นคือการค้นหาทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้การค้นหานั้นแคบลงและเจาะจงมากขึ้น อีกทั้งยังทำให้มีจุดหมายในการไปที่แน่นอน ประหยัดเวลาและประหยัดทรัพย์ในการเดินทางไปดูสถานที่จริงอีกด้วย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทางหนึ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทางหนึ่ง

การค้า

ภาพที่ 32 การไปสำรวจสถานที่ถ่ายทำก่อนถ่ายทำจริง

เมื่อไปยังสถานที่ที่ใช้ในการถ่ายทำ ข้าพเจ้าจึงถ่ายรูปเก็บมุมต่างๆพร้อมทั้งคู่อุปกรณ์ที่เราใช้ในฉาก เช่น ร้านกาแฟ ในฉากจะเห็นแก้วกาแฟ ข้าพเจ้าจึงได้สอบถามที่ร้านว่ามีแก้วแบบใดบ้าง หากข้าพเจ้ารู้สึกว่าการถ่ายภาพของทางร้านไม่เหมาะกับโฆษณาก็จะจัดเตรียมมาเอง เป็นต้น สำหรับการถ่ายทำสถานที่ภายนอกซึ่งใช้แสงธรรมชาติอีกอย่างที่ต้องคำนึงถึงคือทิศทางของพระอาทิตย์และช่วงเวลาของแสงที่เหมาะสมกับการถ่ายทำอีกด้วย เพื่อไม่ให้ผิดพลาดในวันถ่ายทำ อีกทั้งทำให้เราสามารถกำหนดหรือนัดหมายการถ่ายทำได้เหมาะสมกับช่วงเวลาของแสงด้วย

การคัดเลือกนักแสดง(Casting)

ในโฆษณาทั้ง 2 เรื่องของข้าพเจ้านั้น มีนักแสดงหลักเพียงคนเดียว และนักแสดงสมทบอีก 3 คนการคัดเลือกนักแสดงนั้น ข้าพเจ้าจึงเลือกนักแสดง โดยเน้นที่ตัวหลักที่เป็นผู้หญิงเป็นสำคัญ โดยข้าพเจ้ามองว่าผลิตภัณฑ์ Wall's Magnum เป็นผลิตภัณฑ์ที่น่าเข้ามาในประเทศไทยทำให้ผลิตภัณฑ์ค่อนข้างมีภาพลักษณ์ไปในทางยุโรป จึงอยากได้นักแสดงที่มีหน้าคม คาสองชั้น ไปในทางยุโรป แต่ก็มีความเป็นเอเชีย โดยที่ต้องมีสีผิวอย่างไทยๆคือขาวเหลือง



ภาพที่ 33 นักแสดงหลักของภาพยนตร์โฆษณา

ข้าพเจ้าจึงได้ เพชร-สุชาดา ช่องสว่าง มาเป็นนักแสดง ซึ่งเพชรนั้นมีบุคลิกที่มีทั้งความเท่และความมั่นใจอยู่ในตัว อีกทั้งมีรูปร่างที่สมส่วน หน้าตาที่คมแต่ไม่ได้ออกไปทางยุโรปมากนัก เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์การค้า และมิใช่แบบคนเอเชียเป็นไปตามแบบที่ข้าพเจ้าต้องการอีกด้วย ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เครื่องแต่งกาย(Costume)

เมื่อข้าพเจ้าได้ไปสำรวจสถานที่ถ่ายทำโฆษณาแล้ว ข้าพเจ้าจึงมาหาเครื่องแต่งกายที่เข้ากับสถานที่ โดยเลือกเสื้อผ้า เครื่องแต่งกายที่มีสไตล์ Chill out คุวัยรุ่น ทันสมัย แต่ไม่หรูหรา จนเกินไป คุเหมาะสมกับสถานที่นั้นๆ โดยคำนึงถึงสีของเสื้อผ้าเพื่อไม่ให้กลืนกับสถานที่อีกด้วย



ภาพที่ 34 เสื้อผ้าสไตล์ Chill out

ที่มา : Fashion Bla Bla - chill out fashion [Online], Accessed 6 May 2013. Available from <http://www.siamzone.com/board/view.php?sid=2346678>

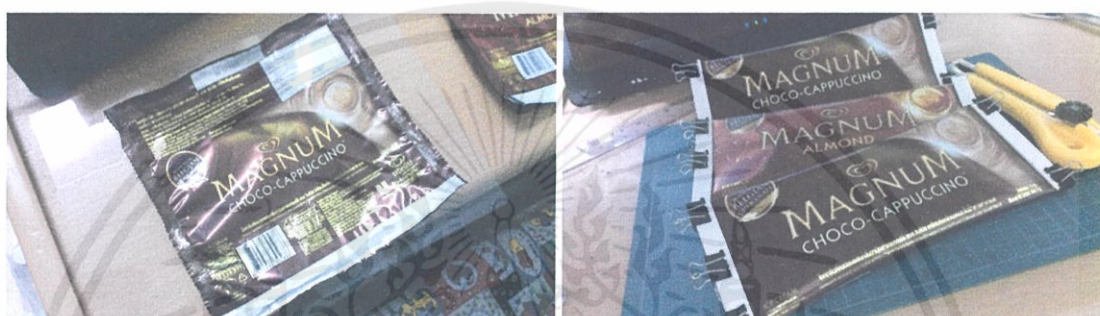
อุปกรณ์ประกอบฉาก(Prop)

ในการไปสำรวจสถานที่ที่ทำให้ข้าพเจ้ารู้ว่าอยากได้อะไรบ้างที่ใช้เป็นอุปกรณ์ประกอบฉากเพิ่มอีก ข้าพเจ้าก็จะหารูปอ้างอิงจากอินเทอร์เน็ตเพิ่ม และสอบถามกับเพื่อนๆ คนรู้จักเพื่อที่จะหยิบยืมมาใช้ โดยการหารูปอ้างอิงก็จะง่ายต่อการสอบถาม เพราะจะมีความเข้าใจในลักษณะของอุปกรณ์ที่ตรงกัน หลังจากสอบถามหยิบยืมจากคนใกล้ตัวแล้ว บางอย่างที่ยังหาไม่ได้ ข้าพเจ้าได้ไปยืมของมาจากโรงพรีอซึ่งค่อนข้างมีอุปกรณ์ให้เลือกหลากหลายกว่า อุปกรณ์บางอย่างที่หาไม่ได้แล้วอาจจะมาเจออุปกรณ์ที่ดีกว่าและเข้ากับฉากเรามากกว่าที่นี้อีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ **การทำบรรจุภัณฑ์สำหรับถ่ายโฆษณา(Packaging)** อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกในงานโฆษณาสินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์จะมีการทำบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ดูเรียบร้อยและใช้สวยงาม ในการถ่ายภาพยนตร์โฆษณานี้ ข้าพเจ้าเองก็ได้ทำบรรจุภัณฑ์เพื่อการถ่ายทำเช่นกัน

โดยเก็บซองไอศกรีม Wall's Magnum มาใช้ ซึ่งโดยการถ่ายทำโฆษณาจริงๆนั้น ทางบริษัทหรือลูกค้าจะมี Roll มาให้แล้ว หลังจากนั้นจึงนำซองมาแผ่ให้เรียบ แล้วพันด้วยสเปรย์กาว 77 ติดลงบนแผ่นอะซิเตรท พยายามทำให้เรียบที่สุดโดยอาจใช้ไคร้เป่าลมร้อนเป่าเบาๆ ตัดตามขอบของแผ่นอะซิเตรทให้พอดีกับขนาดของซองไอศกรีม Wall's Magnum แล้วจึงประกอบให้เป็นซองเช่นเดิมอีกครั้ง



ภาพที่ 35 การทำบรรจุภัณฑ์เพื่อใช้ในการถ่ายทำโฆษณา

หลังจากได้บรรจุภัณฑ์แล้วจึงมาเหลาโฟมให้มีขนาดพอดีกับซองไอศกรีม Wall's Magnum เพื่อนำมาใส่ให้เสมือนมีไอศกรีม Magnum อยู่ในซองจริงๆ แล้วจึงนำไปใช้ถ่ายภาพยนตร์โฆษณาในส่วนการถ่ายผลิตภัณฑ์(Packshot)ต่อไป



ภาพที่ 36 การทำบรรจุภัณฑ์เพื่อใช้ในการถ่ายทำโฆษณา 2

ขั้นตอนการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา

ขั้นตอนนี้จะเป็นการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณาทั้ง 2 เรื่อง โดยในขั้นตอนนี้ข้าพเจ้าได้การเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับครู ใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามให้คนแปลกหน้า และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งหากนำไปใช้สถานที่จริงที่ได้หาไว้ในขั้นต้น คือ ร้านกาแฟและสวนสาธารณะ ส่วนอาหารและผลิตภัณฑ์ ถ่ายทำในโรงถ่ายโดยการจัดแสง พื้นหลังโล่ง

ส่วนเนื้อเรื่อง

ในการถ่ายทำส่วนของเนื้อเรื่องนั้น ได้เริ่มจากการแบ่งฝ่ายแบ่งหน้าที่การทำงาน โดยเมื่อนักแสดงมาถึงยังสถานที่นั้นคณาจารย์ก็ได้ให้ฝ่ายแต่งหน้าทำผมดูแล ในขณะที่ผู้ทำหน้าที่ตากล้องก็จะตั้งกล้องบล็อกช็อตในมุมที่จะถ่ายเพื่อความรวดเร็วและถูกต้องสมบูรณ์ ก่อนจะเริ่มถ่ายทำก็ได้ให้นักแสดงมาซ้อมคิวพร้อมทั้งอธิบายการแสดงในช็อตนั้นให้ฟัง แล้วจึงเริ่มถ่ายทำจริง



ภาพที่ 37 การถ่ายทำในส่วนเนื้อเรื่อง

ส่วนอาหารและผลิตภัณฑ์

ในส่วนอาหารและผลิตภัณฑ์ ได้มีการเตรียมอุปกรณ์ล่วงหน้าก่อนถ่ายทำแล้ว การถ่ายทำจริงจึงเริ่มจากการจัดแสงสำหรับถ่ายทำ และบล็อกช็อตพร้อมทั้งลองถ่ายทำ 1-2 ครั้ง ก่อนถ่ายทำจริงเพื่อความแม่นยำ



ภาพที่ 38 การถ่ายทำในส่วนอาหารและผลิตภัณฑ์

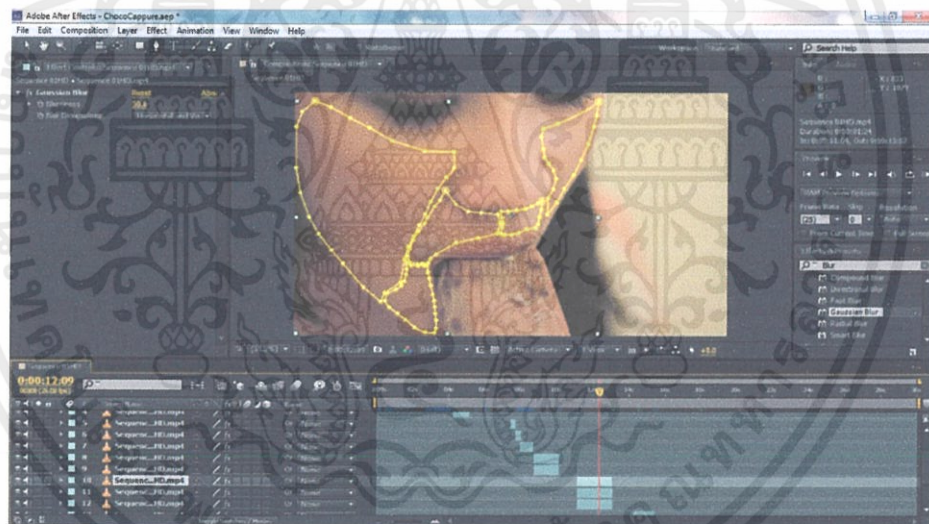
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นตอนการหลังถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา

หลังจากการถ่ายทำแล้ว จะเป็นขั้นตอนการตัดต่อ โดยการเอาฟุตเทจลงคอมพิวเตอร์ เลือกฟุตเทจมาตัดคร่าวๆ ใน โปรแกรม Adobe Premiere Pro CS6 เพื่อให้เห็นภาพรวม หาเพลงมาใส่ให้เหมาะสมกับเนื้อหา แล้วจึงนำไปปรับแต่งแสงหรือการแก้ไขส่วนผิดพลาดจากขั้นตอนการถ่ายทำด้วยโปรแกรมอื่นๆต่อไป

การแก้ไขสภาพผิว

การถ่ายทำโฆษณา หากมีการใช้ขนาดภาพแคบค่อนข้างเยอะ อาจทำให้เห็นผิวหนังนักแสดงที่ไม่ค่อยเรียบเนียน จึงใช้การแก้ปัญหาด้วยโปรแกรม Adobe After Effect CS6 ในการใช้การ Mask เฉพาะจุดที่เราต้องการให้ผิวเรียบเนียน จากนั้นจึงใส่ Effect Blur ปรับค่าให้พอดี จากนั้นเราจึงใช้วิธี Tracking Object เพื่อให้ส่วนที่ Mask ไว้ มีการเคลื่อนไหวไปตามการแสดงท่าทางของนักแสดงในฟุตเทจนั้นๆ

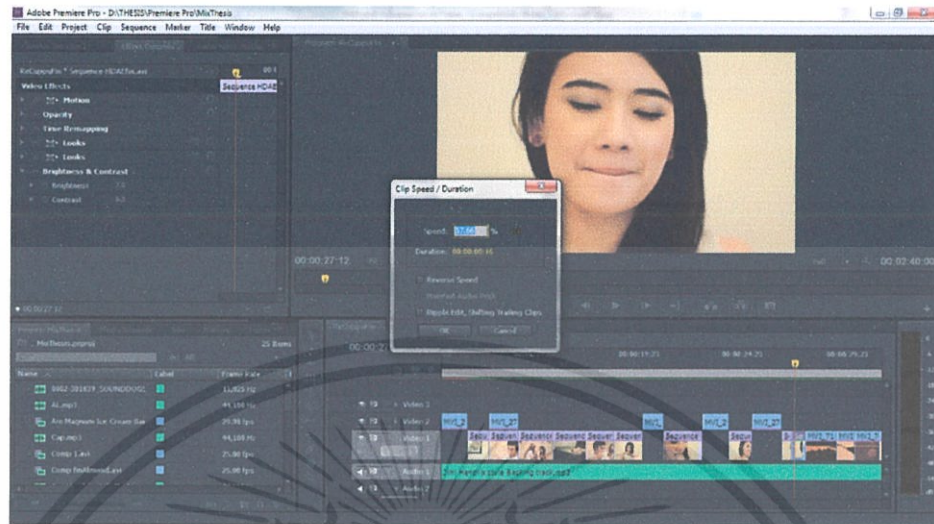


ภาพที่ 39 การ Masking เพื่อปรับให้ผิวเรียบเนียน

การปรับภาพให้เคลื่อนไหวช้ากว่าปกติ

การถ่ายทำโฆษณาที่เน้นให้เห็นถึงผลิตภัณฑ์หรืออาหารส่วนมากนั้น มักจะใช้ภาพที่เคลื่อนไหวช้ากว่าปกติ เพื่อให้เห็นถึงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์หรืออาหาร รวมถึงเน้นอารมณ์ของภาพนั้นอีกด้วย ในโฆษณาของข้าพเจ้าก็ใช้เทคนิคนี้ในบางส่วน โดยตัดสลับกับภาพที่เคลื่อนไหวในความเร็วแบบปกติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 40 การปรับภาพให้เคลื่อนไหวช้า

หลังจากปรับแต่งแก้ไขในด้านของสีและด้านของภาพต่างๆเรียบร้อยแล้ว จึง Export ไฟล์ออกมาจากโปรแกรม Adobe After Effect CS6 แล้ว Import ไฟล์นั้นเข้าโปรแกรม Adobe Premiere Pro CS6 อีกครั้ง เพื่อใส่เสียงในส่วน Copy Writing และ End Credit แล้วจึง Export to media อีกครั้งอย่างสมบูรณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

บทสรุปจากการศึกษา

ในการทำงานของภาพยนตร์โฆษณา Wall's Magnum นี้ ข้าพเจ้าค่อนข้างพึงพอใจเป็นอย่างมาก ซึ่งทั้งหมดล้วนสำเร็จได้เพราะการให้ความช่วยเหลือจากหลายฝ่ายและการวางแผนเตรียมงานต่างๆ รวมถึงข้าพเจ้าได้ใช้ความรู้จากการฝึกงานต่างๆมาใช้ ทำให้ได้ลงทำงานอย่างเป็นแบบแผนมากขึ้นจากเดิม การทำวิทยานิพนธ์ชิ้นนี้จึงเป็นโอกาสที่ข้าพเจ้าได้พัฒนาทักษะความสามารถ และได้นำความรู้จากการฝึกงานมาปฏิบัติอย่างแท้จริง รวมถึงได้มีโอกาสศึกษาเนื้อหาเพิ่มเติมเพื่อนำมาพัฒนาในวิทยานิพนธ์ชิ้นนี้ จึงเหมือนเป็นประสบการณ์และบทเรียนที่ดีให้แก่ข้าพเจ้า

ปัญหาในการทำงาน

การถ่ายทำภาพยนตร์รูปแบบต่างๆทุกกองนั้นล้วนมีปัญหาทั้งสิ้น ผู้กำกับจึงควรมีความสามารถในการตัดสินใจ แก้ปัญหาต่างๆอย่างชาญฉลาด จึงเรียกได้ว่าเป็นผู้กำกับที่ดี

ปัญหาในส่วนก่อนการถ่ายทำ

ปัญหาที่พบในช่วงเตรียมงานนั้น ส่วนมากเป็นเรื่องของการเตรียมความพร้อม และการจัดหาอุปกรณ์สำหรับถ่ายทำ ปัญหาแรกที่ข้าพเจ้าพบคือการหาสถานที่ถ่ายทำสำหรับโฆษณา Wall's Magnum Choco-Cappuccino ซึ่งเป็นร้านกาแฟแนวยุโรปหรือโมเดล การเช่าสถานที่ที่เป็นร้านค้าหรืออะไรก็ตามที่ทำให้เจ้าของเสียรายได้ไปนั้น ย่อมมีราคาค่อนข้างแพง อย่างร้านแรกที่ข้าพเจ้าค่อนข้างถูกใจ แต่เมื่อสอบถามถึงการเช่าพื้นที่แม้จะเป็นนักศึกษาที่ยังไม่มีการลดให้แต่อย่างใด โดยราคาเป็นหลักหลายหมื่นเลยทีเดียว จึงต้องหาร้านอื่นๆที่เป็นตัวเลือกรองมา แม้จะต้องเสียต๋เยอะ แต่ก็ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำงานได้อย่างมากมาย ปัญหาที่พบต่อมาคืออุปกรณ์ในการ

ถ่ายทำที่ไม่เพียงพอ เพราะฉะนั้นหากเป็นไปได้จึงควรวางแผน นัดแนะ กับเพื่อนให้ดีๆ และคืนให้ตรงเวลา

ปัญหาในส่วนการถ่ายทำ

ปัญหาที่พบในช่วงการถ่ายทำนั้น มักจะเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นฉับพลันอย่างไม่คาดคิด จึงควรมีสติอย่างมากในการแก้ไขปัญหา ปัญหาแรกที่พบสำหรับการทำภาพยนตร์โฆษณา Wall's Magnum นั้น คืออุณหภูมิที่ส่งผลต่อไอศกรีม อย่าง Wall's Magnum Almond ที่ถ่ายทำในสวนสาธารณะ ซึ่งมีแดดที่ร้อนจัด ทำให้ไอศกรีมละลายอย่างรวดเร็ว แม้จะเตรียมกล่องเก็บความเย็นมาแล้วก็ตาม ข้าพเจ้าจึงแก้ไขปัญหาด้วยการทยอยซื้อ ไอศกรีมทีละน้อย แต่แบ่งเป็นหลายรอบแทน การวางแผนการถ่ายทำก็มีผล ข้าพเจ้าต้องเลือกช่วงเวลาการถ่ายในตอนที่แดดไม่แรงมากคือช่วงเช้า โดยซื้อดื่มน้ำที่เห็น ไอศกรีมจะถ่ายทีละขวดต่อกัน ปัญหาต่อมาคือเรื่องของแสง ซึ่งแสงเปลี่ยนเร็วมาก ทำให้ภาพที่ได้ออกมาไม่สม่ำเสมอ จึงมีการกรอกแสง คัทแสง หรือใช้รีเฟล็กซ์ช่วยอีกที ปัญหาอีกอย่างที่ไม่น่าจะเกิดขึ้นคือนักแสดงหลักที่เป็นผู้หญิงเกิดการแพ้เครื่องสำอางค์บนใบหน้ามีผดเม็ดเล็กๆขึ้นเต็มหน้า จึงใช้การแต่งหน้าช่วยในระดับหนึ่ง การกำกับนักแสดงสำหรับนักแสดงชายที่แสดงเป็นครั้งแรกก็ค่อนข้างมีปัญหา เนื่องจากเล่นไม่เป็นธรรมชาติและทำท่าทางไม่ถูก ข้าพเจ้าจึงใช้การบอกท่าทางไปด้วยระหว่างการถ่ายทำ รวมถึงให้มีการซ้อมก่อนโดยข้าพเจ้าให้ตกลงบันทึกระหว่างการซ้อมไปด้วย จึงทำให้ดูเป็นธรรมชาติและลดความเกร็งได้มากขึ้น

ปัญหาในส่วนหลังการถ่ายทำ

ปัญหาที่พบในส่วนหลังการถ่ายทำคือการตัดต่อ การเลือกเพลง และการปรับแต่งไฟล์วิดีโอต่างๆ ให้ออกมาดี อย่างที่ได้กล่าวไปในปัญหาระหว่างการถ่ายทำว่าการถ่ายโฆษณา Wall's Magnum Almond ที่ถ่ายทำในสวนสาธารณะนั้น มีแสงที่เปลี่ยนเร็ว ทำให้ถ่ายมาแสงไม่เท่ากัน ในขั้นตอนนี้ ข้าพเจ้าจึงต้องเสียเวลาเป็นอย่างมากในการปรับสี แสง ให้มีลักษณะใกล้เคียงกันมากที่สุด และปัญหาที่หนักที่สุดของขั้นตอนนี้คือการทำให้หน้าของนักแสดงมีความเรียบเนียนขึ้นสำหรับภาพระยะใกล้ที่เห็นใบหน้าชัด โดยข้าพเจ้าต้องศึกษาเพิ่มเติมเพื่อแก้ไขปัญหาตรงจุดนี้ ซึ่งค่อนข้างใช้เวลาเป็นอย่างมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะ

1. ควรเตรียมงานให้พร้อมทั้งอุปกรณ์ประกอบฉาก ของสำหรับออกกอง อุปกรณ์สำหรับถ่ายทำ จัดให้เป็นที่เป็นหมวดหมู่เพื่อง่ายต่อการหยิบใช้สำหรับวันที่ต้องถ่ายทำ รวมถึงการนัดแนะทีมงานและการชี้แจงตารางงานซึ่งสำคัญมาก เพราะจะทำให้ทีมงานรู้ว่าขั้นตอนไปเขาต้องเตรียมอะไร ใช้อะไรบ้าง ทุกอย่างจะสะดวกขึ้น ถ้ามีการเตรียมงานที่ดี
2. การติดต่อประสานงานกับบุคคลภายนอก เช่น การขอใช้สถานที่ในการถ่ายทำควรทำให้เป็นกิจลักษณะ เป็นไปตามกฎและข้อบังคับของสถานที่และบุคคลนั้นๆเพื่อไม่ให้เสื่อมเสียแก่ตัวเราเอง รวมถึงสถาบันอันเป็นที่ประสาทวิชาของเรา
3. ผู้กำกับควรมีความเชื่อมั่นและแน่วแน่ในการตัดสินใจ ควบคุมอารมณ์และสติให้ดี ค่อยๆคิดแก้ปัญหาอย่างชาญฉลาด จะทำให้ลูกทีมมีกำลังใจ พร้อมทำงานให้เรา และงานจะผ่านไปอย่างราบรื่น ตามที่ต้องการ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

- กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. วอลต์ปรับพอร์ต"ไอศกรีม"เจาะผู้ใหญ่ [ออนไลน์]. สืบค้น 20 กันยายน 2555. เข้าถึงได้จาก <http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/business/marketing/20120621/457743/วอลต์ปรับพอร์ตไอศกรีมเจาะผู้ใหญ่.html>
- กองบรรณาธิการฐานเศรษฐกิจ. Ad watch : แม็กนัม ทำให้คุณรู้สึกพิเศษ [ออนไลน์]. สืบค้น 20 กันยายน 2555. เข้าถึงได้จาก http://www.thanonline.com/index.php?option=com_content&view=article&id=134455:ad-watch--&catid=107:2009-02-08-11-34-25&Itemid=456
- น้ำผึ้ง บุญสนอง เพ็ญประภา ผดุงกิจ และณัฐวดี ณ รั้งยี. “การประดิษฐ์ไอศกรีมจำลอง (Mock up) เพื่อใช้แทนอาหารจริงในการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา.” วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการถ่ายภาพและภาพยนตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2552.
- นิวัต วงศ์พรหมปริศา. โฆษณาอย่างไรชนะใจผู้ซื้อ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : ที.พี.พี.рін, 2542.
- ยูนิลีเวอร์ ทุ่ม 100 ล้าน เปิดตัวแม็กนัมใหม่ ชู 5 กลยุทธ์ สร้างกระแส แม็กนัม พีเวอร์ [ออนไลน์]. สืบค้น 20 กันยายน 2555. เข้าถึงได้จาก http://www.acnews.net/view_news_breaking.php?news_id=B255500676

ภาษาต่างประเทศ

- Packshot [Online]. Accessed 14 October 2012. Available form <http://en.wikipedia.org/wiki/Packshot>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Breakdown “Magnum Choco-Cappuccino”

DIR. วรวรรณ

DOP. วรวรรณ

Duration : 30 sec.






On Location 6.00 am

Title: ภาวังค์ความสุข

14/03/13

Title & Shot	Visual	Talent	Set/Wardrobe	Description/Script	Remark	Camera
1 7.00-7.15 น.		ชาย	Macbook / ถ้วยกาแฟ	ชายนั่งทำงาน พร้อมยกกาแฟขึ้นมาดื่ม เพชรเดินมานั่งโต๊ะ	Extra หญิง 2 ชาย 1	LS
4 7.15-7.30 น.		ชาย	ถ้วยกาแฟ	ชายได้กลิ่นหอม หันมามองโต๊ะที่เพชรนั่ง		MS
7 7.30-7.45 น.		ชาย		ชายมองด้วยความอยากรู้อยากเห็น		MS
12 7.45-8.00 น.		ชาย	ถ้วยกาแฟ	ชายชดกาแฟแก้เงินที่ผู้หญิงมองแต่ยังไม่ ส่ายตาจากผู้หญิงไม่ได้		MS
2 8.00-8.15 น.		เพชร	กระเป๋าสะพาย	เพชรเดินเข้าร้าน		LS

Breakdown “Magnum Choco-Cappuccino”

DIR. วรรณ	DOP. วรรณ	Duration : 30 sec.	On Location 6.00 am	Title: ภาวักความสุข	14/03/13	
Title & Shot	Visual	Talent	Set/Wardrobe	Description/Script	Remark	Camera
3 8.15-8.30 น.		เพชร	Pack / กระเป๋าสะพาย	เพชรหยิบ Magnum ออกมาจากกระเป๋า		ECU
6 8.30-9.00 น.		เพชร	Magnum	เพชรกัด Magnum คำแรก คำสอง คำสาม	กล้อง 2 ตัว	CU MS
11 9.00-9.30 น.		เพชร	Magnum	หันมาเห็นผู้ชายที่กำลังมองอยู่	Magnum กัดแล้ว	MS
13 9.30-10.00 น.		เพชร	Magnum	เพชรยิ้มให้ผู้ชาย	Magnum กัดแล้ว	MS
8 10.00-10.15 น.		เพชร		เพชรเคลิ้ม หลับตา ลิ้มรส Magnum		MS

Breakdown “Magnum Choco-Cappuccino”

DIR. วรวรรณ	DOP. วรวรรณ	Duration : 30 sec.	On Location 6.00 am	Title: ภาวังก์ความสุข	14/03/13	
Title & Shot	Visual	Talent	Set/Wardrobe	Description/Script	Remark	Camera
5 10.15-10.30 น.		เพชร	Magnum / Pack	เพชรคั้ง Magnum ออกมาจากซอง		MS
เสร็จสิ้นการถ่ายทำ						

Breakdown “Magnum Choco-Cappuccino”






DIR. Worawan	DOP. Worawan	Duration : 30 sec.	On Location 9.00 am	Title: ภาวังค์ความสุข	23/03/13	
Title & Shot	Visual	Talent	Set/Wardrobe	Description/Script	Remark	Camera
8 9.30-10.30 น.			ช้อนกาแฟ / ช็อกโกแลต	เทช็อกโกแลต		CU
9 11.00-12.00 น.			ช็อกโกแลต / ชอลคาราเมล	ราดชอลคาราเมลลงช็อกโกแลต		CU
พักรับประทานอาหาร						
14 13.00-14.00 น.			Pack / เม็ดกาแฟ / ช็อกโกแลต / แก้ว	Pack Shot		CU MS
เสร็จสิ้นการถ่ายทำ						

Breakdown “Magnum Almond”

DIR. Worawan DOP. Apisit Duration : 30 sec. On Location 7.00 am Title: ภาวังกัความสุข 13/03/13

Title & Shot	Visual	Talent	Set/Wardrobe	Description/Script	Remark	Camera
1 8.00-8.15 น.		สุชาดา	กล้องถ่ายรูป / กระเป๋าเป้	เพชรเดินมาตามทางถ่ายรูปวิวทิวทัศน์	Extra 2 คน	LS
2 8.15-8.30 น.		สุชาดา กรรณพ	หูฟัง / ไอโฟน / กล้องถ่ายรูป / กระเป๋า	เพชรเดินมานั่งที่มานั่ง		LS
5 8.30-8.45 น.		สุชาดา	Magnum	เพชรมอง Magnum เคลิม อย่างมีความสุข	กล้อง 2 ตัว Magnum เต็ม	CU MS
7 8.45-9.15 น.		สุชาดา	Magnum	เพชรกัด Magnum คำแรก คำสอง คำสาม	กล้อง 2 ตัว	ECU CU
6 9.15-9.30 น.		สุชาดา กรรณพ	หูฟัง / ไอโฟน	พลซยับตัวมาใกล้ Magnum	Magnum กัดแล้ว	MS

Breakdown “Magnum Almond”

DIR. Worawan		DOP. Apisit		Duration : 30 sec.	On Location 7.00 am	Title: ภาวังก์ความสุข	13/03/13
Title & Shot	Visual	Talent	Set/Wardrobe	Description/Script	Remark	Camera	
10 9.30-9.45 น.		สุชาดา กรนพ	หูฟัง / ไอโฟน Magnum	เพชรหันไปมองพลที่ขยับเข้ามาใกล้	Magnum กัดแล้ว	MS	
พักรับประทานอาหาร							
11 15.00-15.15 น.		สุชาดา	แท่งไม้ Magnum	เพชรกิน Magnum คำสุดท้าย โชว์ตัว M ที่ปลายไม้		CU	
13 15.15-15.30 น.		สุชาดา	แท่งไม้ Magnum	เพชรหันไปยิ้มให้พล		MS	
12 15.30-15.45 น.		กรนพ		พลผัดหวังที่อดกิน Magnum		MS	
4 15.45-16.15 น.		เพชร	หูฟัง / ไอโฟน	พลหันไปมองด้วยความอยากกิน		MS	

Breakdown “Magnum Almond”

DIR. Worawan DOP. Apisit Duration : 30 sec. On Location 7.00 am Title: ภาวังกต์ความสุข 13/03/13

Title & Shot	Visual	Talent	Set/Wardrobe	Description/Script	Remark	Camera
3 16.15-16.30 น.			Pack / กระเป๋านี้	เพชรหีบ Magnum ออกมาจากกระเป๋านี้	Magnum กัดแล้ว	CU
เสร็จสิ้นการถ่ายทำ						

Breakdown "Magnum Almond"

DIR. Worawan DOP. Worawan Duration : 30 sec. On Location 9.00 am Title: ภาวังกัความสุข 22/03/13

Title & Shot	Visual	Talent	Set/Wardrobe	Description/Script	Remark	Camera
8 9.30-10.30 น.			Mock-up Magnum	ราคาช็อกโกแลต		CU
9 11.00-12.00 น.			อัลมอนต์	อัลมอนต์ตกลงมา		CU
พักรับประทานอาหาร						
14 13.00-14.00 น.			Pack / อัลมอนต์ / ช็อกโกแลต / แก้ว	Pack Shot		CU MS
เสร็จสิ้นการถ่ายทำ						

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ –สกุล
ที่อยู่

วรวรรณ พิพัฒนาศัย
44 ซอยอุดมเดช ถนนสุขุมวิท
ตำบลปากน้ำ อำเภอเมืองสมุทรปราการ
จังหวัดสมุทรปราการ 10270
E-mail : moomoonz.mm@gmail.com

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2546 จบการศึกษาระดับประถมศึกษา โรงเรียนอานวยศิลป์
พ.ศ. 2549 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนอานวยศิลป์
พ.ศ. 2552 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอานวยศิลป์
พ.ศ. 2556 กำลังศึกษาอยู่ ปริญญาตรีศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
กลุ่มวิชาออกแบบ สาขาวิชาภาพยนตร์และวิดีโอ
สถาบันเทคโนโลยีพระเจ้าเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ผลงาน หรือรางวัล หรือทุนที่ได้รับ

พ.ศ. 2555 ได้ทำงานในทีม Art Director ในโฆษณา BRAND'S รังนกเนื้อทองคำพิเศษสำหรับวันแม่
ได้ทำงานในทีม Art Director ในโฆษณา Mitsubishi Mirage ชุด Mirage Be More
ได้ทำงานในส่วน Food Stylist ในโฆษณา Magnum Café
ได้ทำงานในส่วน Food Stylist ในโฆษณา Magnum ชุด Magnum Choco Cappuccino
ได้ทำงานในทีม Art Director ในโฆษณา PTT Zero Accident

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้