



## บรรณานุกรม

## ภาษาไทย

## หนังสือ

- นิวัต วงศ์พรหมปริดา. โฆษณาอย่างไรจะเข้าใจผู้ซื้อ. กรุงเทพมหานคร, บริษัท เดอะเลิฟส์เซอร์ จำกัด, 2536.
- แนนซี แอล. ซอลซ์. แผนสกัดจุดคนโฆษณา. แปลโดย เพ็ญศรี เผ่าเหลืองทอง. กรุงเทพมหานคร, สร้างสรรค์-วิชาการ, 2536.
- ประสิทธิ์ มริตตะนพร. ทำเนียบธุรกิจโฆษณา 2535. กรุงเทพมหานคร, พงษ์วรินทร์การพิมพ์, 2535.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. ปริบทการสื่อสาร ระดับบุคคล กลุ่ม องค์กร และสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร, คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- ศิริชัย ศิริกายะ และ กาญจนา แก้วเทพ. ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.
- สุลีมาน นฤมล. นางงามตุ๊กกระจก : การศึกษากระบวนการกลายเป็นหมอนวดไทย. กรุงเทพมหานคร, สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2531.
- สุภางค์ จันทวานิช. วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพมหานคร, โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.
- เสรี วงษ์มณฑา. กว่าจะเห็นเป็นโฆษณา แนะนำวิชาโฆษณา. กรุงเทพมหานคร, มติชน, 2529.
- \_\_\_\_\_. เคล็ด (ไม่) ลับจอมยุทธ์การตลาดและการโฆษณา. กรุงเทพมหานคร, ดอกหญ้า, 2535.
- หวงจัน. เปิดอกนักโฆษณา. หวงจัน แปลโดย สุภาณี, กรุงเทพมหานคร, ยินหยาง, 2532.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. การโฆษณา. กรุงเทพมหานคร, โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2518.
- วิทยานิพนธ์**
- สุวิมล จิวาลักษณ์. ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดรูปแบบและแนวคิดในการสร้างสรรค์ภาพยนตร์โฆษณา สถาบันทางโทรทัศน์ขององค์กรธุรกิจ. วิทยานิพนธ์ปริณิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- สุวิมล ธนะผลเลิศ. ชีวประวัติและผลงานของประยูร จรรย์วณิช. วิทยานิพนธ์ปริณิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2522.
- อนุสรณ์ ศรีแก้ว. ปัญหาสังคมในภาพยนตร์ของ มจ.ชาตรี เฉลิมยุคล. วิทยานิพนธ์ปริณิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

ภาษาอังกฤษ

Books

- Dunn, S.W. Advertising its role in modern marketing. 2 nd ed. Holt, : Rinehart and Winston, Inc., 1969.
- \_\_\_\_\_. Image Ethics : The moral rights of subjects in photographs, film and television. edited by New York. Oxford University Press, 1988.
- Irving, Smith Kogan. Modern Business : Public Relations. New York : Alexander Hamilton INstitute, 1976.
- Kaufman, L. Essential of advertising. New York : Harcourt Brace Jovanocich, Inc., 1980.
- Kiesler, C.A., Collins, B.E., and Miller, N. Attitude change : A critical of theoretical approaches. New York : John Wiley & Sons, 1969.
- Mandell, M.J. Advertising. New Jersey : Prentice Hall, Inc., 1968.
- McQuail, Denis. Mass Communication Theory. London : Sage Publication, 1983.
- Oxendfeldt. A.R., and Swan, C. Management of the advertising function. California : Wadworth, 1964.
- Pattis, W. S.W. Opportunities in advertising. Lincolnwood : National Textwood, 1974.
- Phillip Koltler. Market Management. 3rd ed. London : Prentice Hall International, Inc., 1976.
- Poffenburger, Albert T. Psychology in Advertising. Chicago : A.W. Shaw Co., 1925.
- Pool, I.S. The Role of Communication in the Process of Modernization and Technological Change in Industrialization and Society New York : UNESCO, 1960.
- Social Theory Today. edited by arthony Giddens and Jonathan H. Turner. Cambridge : Polity Press, 1987.
- Stephen R. Covey. The Seven Habits of Highty Effective People. New York : Simon & Schuster, 1989.
- Tilman, Rollic and C.A. Kirkpatrick. Promotion : Persuasive Communication in Marketing. Illinois : R.D. Irwin, Inc., 1972.
- Watson, Dunn, and Barban, Arnold M. Advertising : Its Role in Modern Society. Tokyo : The Dryden Press , 1982.
- Whitter, Charles L. Creative Advertising. New York : Henry Holt & Co., 1955.



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ก

ข้อมูลเฉพาะของบริษัทที่นักคิดสร้างสรรค์งานโฆษณาชั้นเยี่ยมของประเทศไทยทำงานอยู่



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ข้อมูลเฉพาะ  
บริษัท ลีโอบี เออร์เนท ประเทศไทย จำกัด

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



“เมื่อคุณไขว่คว้าหาดวงดาว คุณอาจจะเอื้อมไม่ถึงเลยสักดวง  
แต่คุณก็จะไม่จบลงด้วยมือที่เปื้อนโคลน”

Leo Burnett

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



จุดมุ่งหมาย  
ในการทำงาน  
ของเรา

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



จุดมุ่งหมาย ของบริษัทลีโอ เบอ์เนทท์ คือการสร้างสรรค์  
“SUPERIOR ADVERTISING”

จากถ้อยคำของลีโอ เบอ์เนทท์  
“หน้าที่หลักในชีวิตของเราคือการสร้างสรรค์งานโฆษณา  
ที่ดีที่สุดในโลก โดยไม่มีข้อแม้ใดใด”

“นั่นคือ งานโฆษณาที่ต้องโดดเด่นสะดุดตา มีความกล้าหาญ  
มีความสดใหม่ โน้มน้าวให้เกิดความรู้สึกร่วม เข้าถึงความเป็นคน  
น่าเชื่อ และชัดเจนทั้งในเนื้อหาและความคิด จนสามารถทำให้เกิด  
ภาพพจน์และความรู้สึกที่ดีกับตัวสินค้าในระยะยาว พร้อม ๆ กับ  
ช่วยเพิ่มยอดขายได้ในทันที”

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย





ปรัชญาในการ  
ทำงานของเรา

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ผลงาน** เราเชื่อว่า ผลงานที่สำคัญที่สุดที่เราจะมอบให้กับลูกค้าเพื่อนำมาซึ่งความสำเร็จในธุรกิจของเขาคือ งานโฆษณาที่เรียกว่า "SUPERIOR ADVERTISING"

**ลูกค้า** เราจะทำงานกับลูกค้าที่เลือกสรรแล้วว่าเป็นผู้มีความเชื่อในโฆษณาและเชื่อมั่นว่าธุรกิจของเขาขึ้นอยู่กับ SUPERIOR ADVERTISING ต้องเป็นลูกค้าที่มีลูทางธุรกิจที่มีอนาคต เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องในการทำงานร่วมกัน และมั่นนโยบายการให้ผลตอบแทนและจรรยาบรรณในการทำธุรกิจสอดคล้องต้องกันกับเรา

**บุคลากร** เราจะรับแต่คนที่มีความสามารถสูง มีความคิดและตั้งมาตรฐานการทำงานของตนไว้สูง รักงานโฆษณา เคารพในความคิดเห็นของผู้อื่น มีความภาคภูมิใจที่จะแข่งขัน ประรณานจะ ได้มาซึ่งสิ่งที่ดีที่สุด และเป็น บุคคลที่ถือผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นใหญ่

**บรรยากาศ** เราจะรักษาบรรยากาศที่ดีในการทำงานไว้ด้วยการสร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน เปิดโอกาสให้ก้าวหน้า และแสดงออกซึ่งความคิดเห็น โดยให้ผลตอบแทนอย่างคุ้มค่า ด้วยวิธีนี้เราจะดึงดูดแต่คนที่ดี เราจะทำทุกวิถีทางเพื่อให้ที่นั่นเป็นที่สนุกสนาน ดินแดน และคุ้มค่าที่สุดสำหรับคนรักอาชีพโฆษณา

**ระบบงาน** เราจะจัดระบบงานในบริษัทลิโอ เบอ์เนท์ ทุกสาขาทั่วโลกเพื่อให้เราบรรลุเป้าหมายในการ สร้างสรรค์งาน SUPERIOR ADVERTISING ยิ่งกว่านั้นเราจะพยายามส่งเสริมทุกวิถีทางที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจของลูกค้า

**ตลาด** เราจะเข้าไปดำเนินกิจการ ในตลาดที่ลูกค้าปัจจุบันของเราดำเนินกิจการอยู่ หรือมีลูกค้าใหม่ทั้งที่ กำลังดำเนินธุรกิจหรือกำลังจัดตั้ง โดยจะต้องมีโครงการที่มั่นคงและการลงทุนสูง สาขาของเราในทุกประเทศจะต้องมี ความสามารถในการสร้างสรรค์ SUPERIOR ADVERTISING

**ธุรกิจใหม่** เราจะวางโครงการในการหาธุรกิจใหม่อย่างจริงจัง ทั้งนี้โดยตระหนักว่า ลูกค้าใหม่หรืองานใหม่ ๆ ที่ ได้รับมอบหมายจากลูกค้าปัจจุบันเป็นความท้าทายและเป็นโอกาสที่มีส่วนช่วยสร้างชื่อเสียงให้เราดึงดูดพนักงาน ที่มีความสามารถสูงมาสู่บริษัท ช่วยเพิ่มรายได้ และเป็นผลที่ดียิ่งต่ออนาคตของเอเยนซี

อย่างไรก็ตามของลูกค้าปัจจุบันคือความรับผิดชอบหลัก ไม่ควรถือเอาการหาลูกค้าใหม่สำคัญกว่าหรือปล่อยให้มารบกวนความสัมพันธ์ของเรากับลูกค้าปัจจุบัน

**ภาพพจน์** เราจะพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อให้เป็นเอเยนซีที่ดีที่สุดในทุก ๆ แห่งที่เราเข้าไปดำเนิน กิจการ โดยสั่งสมจากความสามารถในการผลิตงาน SUPERIOR ADVERTISING จากการสร้างให้ธุรกิจ ของลูกค้าเติบโตขึ้น จากการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าให้ยั่งยืน จากการสร้างบรรยากาศการทำงานให้ กระตือรือร้นและให้ผลตอบแทนสูง และรวมทั้งการวางตัวเป็นสมาชิกที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมที่เราเข้าไป ดำเนินธุรกิจ

**การเงิน** เราจะดำเนินกิจการ ในรูปของบริษัทเอกชน ถือหุ้นโดยผู้บริหาร และพนักงานเท่านั้น เพราะด้วยรูปแบบนี้ เอื้ออำนวยให้เราถือระในการจัดสรรทุนของเราให้เป็นไปเพื่อผลประโยชน์ที่ดีที่สุดกับลูกค้าและคนของเรา



สํานักงาน  
คณะกรรมการ  
การศึกษาขั้นพื้นฐาน

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ชื่อบริษัท ลีโอ เบอร์เนทท์ จำกัด LEO BURNETT LTD.  
 สำนักงาน เลขที่ 37 ซอยสมประสงค์ 3 (เพชรบุรี 15) ถนนเพชรบุรี  
 ถนน 10400  
 โทรศัพท์ 255-2356 (14 เลขหมาย) 254-1735 (8 เลขหมาย)  
 TELEX 20878 LB BKK TH  
 FAX (66-2) 253-9189 (66-2) 254-1743 (66-2) 255-2433  
 ก่อตั้งเมื่อ ค.ศ. 1965 ทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท  
 ยอดบิลถึง  
 พ.ศ. 2530 260 ล้านบาท  
 พ.ศ. 2531 280 ล้านบาท  
 พ.ศ. 2532 472 ล้านบาท  
 พ.ศ. 2533 649 ล้านบาท  
 พ.ศ. 2534 900 ล้านบาท  
 พ.ศ. 2535 1,130 ล้านบาท (ประมาณการ)

**บริการของบริษัท FULL SERVICE AGENCY**

**บริการพิเศษ**

- RESEARCH
- SALE PROMOTION
- PUBLIC RELATIONS
- DIRECT MARKETING

**INTERNATIONAL AGENCY**

สำนักงาน 56 แห่ง ใน 49 ประเทศ  
 สำนักงานใหญ่ ชิคาโก สหรัฐอเมริกา  
 สำนักงานในเอเชีย ญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ ไต้หวัน สิงคโปร์  
 อินเดีย มาเลเซีย ซองกั อินโดนีเซีย เกาหลี และประเทศไทย

**เจ้าหน้าที่ระดับบริหาร**

BRUCE MARTIN

ภานู อิงคะวัต  
 ประดิษฐ์ รัตนวิจารณ์  
 คารณิ เจริญรัชตภาคย์  
 วสุนธรา กฤตย์ประชา  
 ไครสุจน์ นวมะรัตน์  
 ทราศิริ โรจน์เมธา  
 ธาวิณี นามศิริชัย  
 ปิยะฉัตร ชอทรัพย์

**แผนกบริหารงานลูกค้า**

**DIRECTOR OF ACCOUNT MANAGEMENT**

ทราศิริ โรจน์เมธา  
 GROUP ACCOUNT DIRECTOR  
 ชัยสิทธิ์ สุกาญจนารัตน์กุล  
 CHARITO TORRES LOZONO  
 ANDREW JAMES LOCK

**ANCCOUNT DIRECTOR**

พิทาพรรณ วิริยะวัฒน์  
 ทฤษฎี ดันติเวส  
 วิภาดา กำภู ณ.อยุธยา  
 ทรรณี ลิมปวงค์แสน

**แผนกสื่อโฆษณา**

**EXECUTIVE MEDIA DIRECTOR**

ประสิทธิ์ รัตนวิจารณ์  
 MEDIA DIRECTOR  
 ไครสุจน์ นวมะรัตน์  
 SENIOR MEDIA PLANNER  
 วิชาภรณ์ มังการกาญจน์  
 MEDIA PLANNER

วิทยา ตั้งนภาพร  
 วีระศักดิ์ งานชัยเจริญ  
 SENIOR MEDIA BUYER (TV)  
 อรวลี เรืองศรี  
 SENIOR MEDIA BUYER (PRESS)  
 สุชาดา ไทยทวี  
 SENIOR MEDIA BUYER (RADIO)  
 อภิวัฒน์ อภิวัฒน์ชัยวงศ์

MEDIA BUYER (OUTDOOR)  
 สุวิญญู ชมศาสตร์  
 MEDIA INFORMATION  
 จุฑา อาสนะนันท์  
 นภาวดี อุทัยทรัพย์

**แผนกบริการด้านการตลาด**

**MARKETING SERVICES DIRECTOR**

คารณิ เจริญรัชตภาคย์  
 SENIOR MARKETING SERVICE MANAGER  
 ทิวสิทธิ์ คมกฤษ  
 SENIOR MARKETING SERVICE MANAGER (RESEARCH)  
 ชิตชนก ร่วมสุข  
 MARKETING SERVICES MANAGER(SALES PROMOTION)  
 คลฤดี หุ่นจำลอง  
 MARKETING SERVICES MANAGER(PUBLIC RELATION)  
 สำเร็จ ศรีพงษ์กุล  
 รังสรรค์ รัตนนิศย์

**SENIOR DIRECT MARKETING EXECUTIVE**

ปรารถนันท์ มาคาเมนท์



ศูนย์วิทยบริการ  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปวิช มาร์ติน

กรรมการผู้จัดการ

ชาวแคนาดา สำเร็จปริญญาตรีด้านการโฆษณาจาก ST. CLAIR COLLEGE OF APPLIED ARTS ทำงานด้านบริหารสื่อโฆษณาและบริการลูกค้า PROCTER & GAMBLE, BEATRICE, KELLOGGS ที่ลีโอ เบอร์เนทท์ แคนาดา 7 ปี ก่อนเดินทางมาประเทศไทยรับผิดชอบการบริหารงานฝ่ายบริการลูกค้า และในปี 1990 ได้รับเลื่อนตำแหน่งขึ้นเป็นผู้จัดการทั่วไป และกรรมการผู้จัดการในปี 1992

ประดิษฐ์ รัตนวิจารณ์

ผู้อำนวยการบริหารฝ่ายสื่อโฆษณา

ได้รับทุน A.F.S. ไปศึกษาต่อที่สหรัฐอเมริกา ก่อนเข้าร่วมงานกับบริษัทดีทีแอสเอ็มโฆษณา ในตำแหน่ง ผู้ฝึกงานฝ่ายบริการลูกค้า เมื่อสำเร็จการศึกษาชั้นปริญญาตรีเศรษฐศาสตรบัณฑิตจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์แล้ว ก็ได้เดินทางไปอบรมและดูงานที่ลีโอ เบอร์เนทท์ ชิคาโกและในปี 1976 ดำรงตำแหน่งกรรมการบริหารของบริษัท และได้เลื่อนตำแหน่งจากผู้อำนวยการฝ่ายบริการลูกค้าเป็นผู้อำนวยการฝ่ายสื่อโฆษณาในปี 1978 และเป็นผู้อำนวยการบริหารฝ่ายสื่อโฆษณาในปี 1990 เป็นผู้บรรยายพิเศษภาควิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิประจำ คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ผู้บรรยายพิเศษ ภาควิชานิตยศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช และมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ เป็นกรรมการเนื้อหาและร่วมเขียนตำราชุดวิชาธุรกิจการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ไทรลัจน์ นวมะรัตน์

ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อโฆษณา

สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขาการสื่อสารมวลชนเริ่มทำงานในตำแหน่ง MEDIA RESEARCH ANALYST ที่บริษัท McCAN ERICSON ในปี 1978 และตำแหน่ง MEDIA PLANNER ในปี 1981 เริ่มงานกับบริษัท LEO BURNETT ในปี 1983 ในตำแหน่ง MEDIA PLANNER และได้รับตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายสื่อโฆษณาในปี 1990 ทำหน้าที่ควบคุมงานวางแผนและจัดซื้อสื่อโฆษณา ให้กับลูกค้าทั้งหมดของบริษัท และบริหารงานในแผนก นอกจากนี้ยังเป็น ผู้บรรยายพิเศษ ในวิชาการโฆษณาให้กับมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต และ สมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทย

ภาณุ อิงคะวัต

ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์งานโฆษณา

สำเร็จการศึกษาชั้นปริญญาตรีจาก HARROW COLLEGE OF TECHNOLOGY AND ART จาก SOCIETY OF INDUSTRIAL ART DESIGN และจาก SOCIETY OF TYPOGRAPHIC DESIGN ประเทศอังกฤษ เข้าร่วมงานกับบริษัท ลีโอ เบอร์เนทท์ในปี 1978 ในตำแหน่งผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์งานโฆษณาและในปี 1984 ก็ทำหน้าที่ควบคุมแผนกสร้างสรรค์งานโฆษณาและผลงานทั้งหมดของแผนก ล่าสุดได้สำเร็จการอบรมในโปรแกรมพิเศษที่ ลีโอ เบอร์เนทท์ สำนักงานใหญ่ในชิคาโก อันเป็นส่วนหนึ่งของแผนกระยะยาว ในการพัฒนาบุคลากรสำคัญของบริษัท

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จิอน มอร์แกน

รองผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์งานโฆษณา

เป็นชาวอังกฤษ สำเร็จปริญญาตรีเกียรตินิยมด้าน GRAPHIC DESIGN จาก CENTRAL SCHOOL OF ART & DESIGN, ลอนดอน ประเทศอังกฤษ ทำงานกับหนังสือพิมพ์ 5 ปี ที่ลอนดอน และที่ลอสแอนเจลิส เป็น COPYWRITER ที่อังกฤษในปี 1983 และเริ่มงานที่ สีโอ เบอร์เนทท์ ลิงคโพร์ ในปี 1985 ต่อมาที่ฮ่องกง และโตเกียวตามลำดับมีประสบการณ์ด้านการตลาดเอเชียและลูกค้าต่างประเทศของ สีโอ เบอร์เนทท์เป็นอย่างดี ได้เข้าร่วมงานกับ สีโอ เบอร์เนทท์ประเทศไทย ต้นปี 1991

ดิเรณี เจริญรัชคภักย์

ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด

สำเร็จการศึกษาจาก PINE MANOR COLLEGE และ DEVELOPMENT PSYCHOLOGY เริ่มทำงานในตำแหน่งที่ปรึกษาฝ่ายวิจัยที่ HARVARD MEDICAL SCHOOL และต่อที่ THAILAND DEVELOPEMENT RESEARCH INSTITUTE เข้าร่วมกับสีโอ เบอร์เนทท์ ในตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายวิจัยในปี 1987 และได้เลื่อนตำแหน่งเป็นผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดในปี 1989 พร้อมทั้งเป็นกรรมการบริหารของบริษัทด้วย

พรสิริ โรจน์เมธา

ผู้อำนวยการบริหารงานลูกค้า

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีศึกษาศาสตร์บัณฑิตจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และปริญญาโทด้านการศึกษาที่ประเทศสหรัฐอเมริกา เคยร่วมงานกับ INTERNATIONAL RED CROSS เป็นเวลา 2 ปี ก่อนเข้าร่วมงานกับ สีโอ เบอร์เนทท์ ในฝ่ายบริหารงานลูกค้าโดยรับผิดชอบสินค้าของ NESTLE, WARNER-LAMBERT และ ESSO สำเร็จการฝึกอบรม ADVANCED MARKETING ที่ สีโอ เบอร์เนทท์ ชิคาโก ได้เลื่อนตำแหน่งเป็นหัวหน้ากลุ่มผู้อำนวยการบริหารงานลูกค้าเมื่อปี 1989 และผู้อำนวยการบริหารลูกค้า ปี 1990

นโยบายบริษัท ในการบริการลูกค้า

1. เป็นเอเจนซีที่รวมกันเป็นเอเจนซีเดียว ให้บริการด้านโฆษณาครบทุกด้าน
2. ไม่มีลูกค้ามากเกินไป เพื่อให้สามารถทุ่มเทเวลาและความสามารถให้กับลูกค้าได้เต็มที่ ให้งานที่ดีมีคุณภาพ หลีกเลี่ยงการที่มีลูกค้ามากเกินไป ซึ่งจะทำให้ไม่สามารถให้บริการ และสร้างผลงานที่ดีได้
3. ให้ความสำคัญและดำเนินการฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอทั้งภายใน และภายนอกประเทศ เป็นหนึ่งในไม่กี่เอเจนซีที่จัดการฝึกอบรม ให้กับพนักงานอย่างสม่ำเสมอ
4. ทำงานหนักเพื่อ ให้งานที่ดีมีคุณภาพ เข้าใจผู้บริโภค ใช้การวิจัยในการทำโฆษณา สำหรับการรักษาคูณภาพของงานนั้น ก่อนที่เสนองานแก่ลูกค้า งานทุกชิ้นต้องผ่านการพิจารณาจาก CREATIVE REVIEW COMMITTEE ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารระดับสูง
5. การวางแผนสื่อโฆษณาและการจัดซื้อสื่อโฆษณา ต้องให้ผลคุ้มค่ากับเงินที่ใช้จ่าย ด้วยการเห็นความสำคัญของสิ่งนี้ จึงริเริ่มใช้คอมพิวเตอร์ทางด้านนี้ด้วย เป็นเอเจนซีแรกในประเทศไทย และในเอเชียอาคเนย์

ศิวนสำเร็จ

นอกเหนือจากความสำเร็จในด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ของลูกค้าต่าง ๆ แล้ว สีโอ เบอร์เนทท์ ยังเป็นเอเจนซีที่ได้รับ TACT AWARD มากที่สุด นอกจากนี้ยังได้รางวัล CLIO AWARDS, FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM PUBLICITAIRE CINEMA & TELEVISION CANNES 1987 และ ALL JAPAN RADIO & TELEVISION COMMERCIAL อีกด้วย จากการสำรวจความคิดเห็นของลูกค้า และเอเจนซีของหนังสือ MEDIA & MARKETING สีโอ เบอร์เนทท์ ได้รับเลือกให้เป็นเอเจนซีที่มีความคิดสร้างสรรค์ เป็นอันดับหนึ่งของประเทศไทย (THE TOP CREATIVE AGENCY)

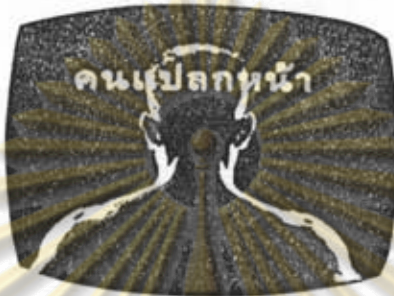


ผลงาน  
ของเรา

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ชื่อผลิตภัณฑ์  
คิงคอง ไอส์แลนด์  
ชื่อโฆษณา  
Stranger  
ชื่อลูกค้า  
บ.คิงคอง ไอส์แลนด์ จำกัด



ศูนย์บริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คนแปลกหน้า

เสียงก้องระทึกใจ

หลัง 6 โมงเย็นทุกวัน  
บนลานแสดงขนาดใหญ่  
ที่ คิงคอง ไอส์แลนด์  
คนแปลกหน้าในบรีช  
จะทำให้คุณนึกไม่ถึงเลยว่า  
ที่นี่เมืองไทย

คิงคอง ไอส์แลนด์  
บางนา-ตราด กม. 25

พบกับการแสดงอันยิ่งใหญ่ตระการตา  
พร้อมอาหารค่ำแบบฮอลลีวูด  
เริ่ม 18.30 น. ทุกวัน  
สำรองที่นั่ง 338-1038

คิงคอง ไอส์แลนด์

บางนา-ตราด กม.25

สำรองที่นั่ง 338-1038  
บางนา-ตราด กม. 25





ชื่อผลิตภัณฑ์

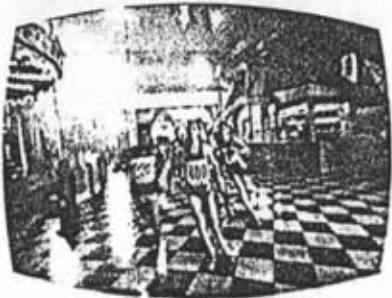
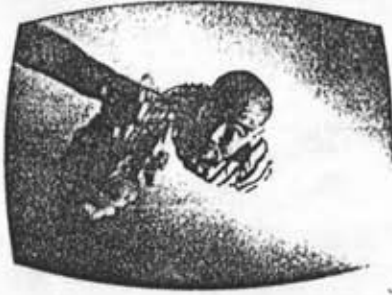
เดอะมอลล์ งานวงศวาน

ชื่อโฆษณา

Marathon

ชื่อลูกค้า

บ.เดอะมอลล์ กรุ๊ป จำกัด



เดอะมอลล์ ซุปเปอร์เซ็นเตอร์ งานวงศวาน...

ยิ่งใหญ่ไม่เหมือนใครที่คุณคิด

ออกมาเดินดู

แล้วคุณจะรู้ว่า มันเป็นเรื่องมาราธอน...ขนาดไหน?

เดอะมอลล์ ซุปเปอร์เซ็นเตอร์ งานวงศวาน

มีไหม...ครบวงจร

ชื่อผลิตภัณฑ์

ทรอสโรลออน ผู้ชาย

ชื่อโฆษณา

Lift

ชื่อลูกค้า

บ. ไบโอ คอนซูเมอร์ จำกัด



อหิ มันใจอยู่แล้ว

เพราะมี ทรอส โรลออน ลำสุดของผู้ชาย

ทรอส โรล ออน ผู้ชาย

มันใจเหลือเกิน

ทรอส โรล ออน ผู้ชาย

มันใจเหลือเกิน



มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี



ชื่อผลิตภัณฑ์  
น้ำมันไรสารตะกั่ว  
ชื่อโฆษณา  
Classroom  
ชื่อลูกค้า  
การปีติวเดียมแห่งประเทศไทย



ศูนย์วิจัยและพัฒนาการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้ใหญ่ให้เราชื่นชม เพื่อจะได้แข็งแรง

ให้เรากินผักเออะ ๆ

ให้เราออกกำลังกาย

ให้เราประพิน

ให้เราสะอาด

ให้เราไปหาหมอ

ให้เราตัดเล็บ

ให้เราดูสบู่

ให้เราล้างมือ

ให้เราอ่านหนังสือ สุขภาพจะได้แข็งแรง...

เอ...แล้วทีเวลาเขาบอกผู้ใหญ่

ให้ใช้น้ำมันไรสารตะกั่ว

ผู้ใหญ่ไม่เห็นใช้เลย

สุขภาพเด็กไทยมีคณ

เพราะสารตะกั่วในอากาศ

สูงถึงซีกอินทรายนแล้ว

เติม-ไม่เติม

น้ำมันไรสารตะกั่ว

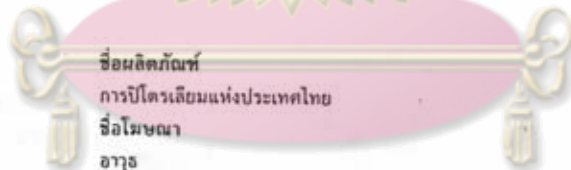
ทำไมต้องรอให้เด็กถาม

เอ...หรือว่าพวกผู้ใหญ่เขาไม่ห่วงเราจริง...

สำนักนายกรัฐมนตรี



ชื่อผลิตภัณฑ์  
การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย  
ชื่อโฆษณา  
ปอด  
ชื่อลูกค้า  
การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย



ชื่อผลิตภัณฑ์  
การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย  
ชื่อโฆษณา  
อาวุธ  
ชื่อลูกค้า  
การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย

ศูนย์วิจัยและพัฒนา  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย





ชื่อผลิตภัณฑ์  
นิเวีย เฟซ มอยซ์เจอร์โรซิ่ง ฟลูอิด  
ชื่อโฆษณา  
SECOND BY SECOND  
ชื่อลูกค้า  
บ. ไบเออร์สคัลเลอร์ฟาร์มาซี จำกัด



(เสียงน่านึกาเดิน ตึกตอก...ตลอดไปตลอด)

นิเวีย เฟซ มอยซ์เจอร์โรซิ่ง ฟลูอิด

เพิ่มความชุ่มชื้น....1

คืนความนุ่มนวล.....2

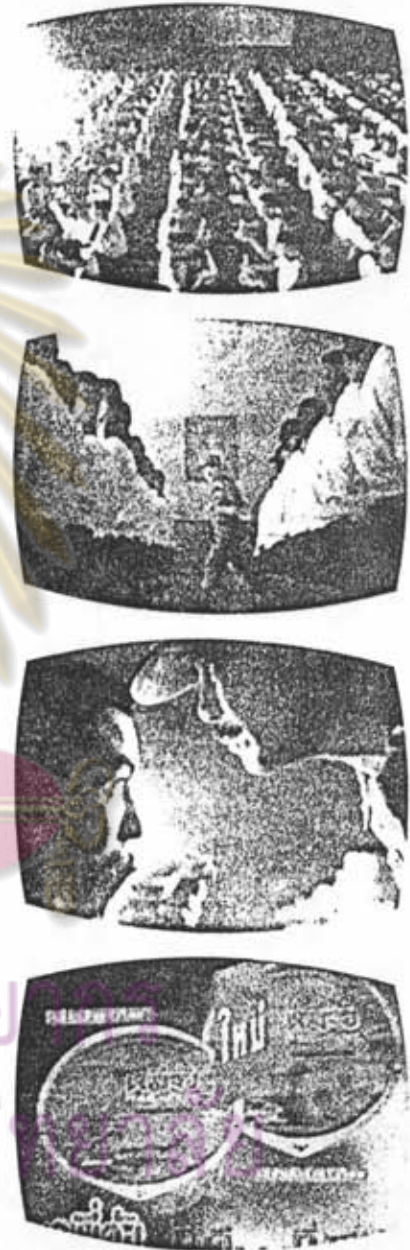
ปกป้องผิวจากแสงแดด....3

ไต่เวลากับผิวสาว...อีกหน่อย

ด้วยมอยซ์เจอร์โรซิ่งบำรุงผิวหน้า

นิเวีย เฟซ มอยซ์เจอร์โรซิ่ง ฟลูอิดทุกวัน

ชื่อผลิตภัณฑ์  
หมี่จิ้ง  
ชื่อโฆษณา  
CANTEEN  
ชื่อลูกค้า  
บ.น่าเฮา (ประเทศไทย) จำกัด



หาไม่ยากหรอก...  
คนไหนที่กินหมี่จิ้ง

ก็หมี่จิ้ง โหม่ ะหมี่ซาม  
มีดีที่ซูป...ซงนี่แหละ  
ให้น้ำซูปเข้มข้น ได้น้ำได้เนื้อ

อร่อยกินแบบจะจะ

โหม่...หมี่จิ้ง

มีดี...ที่ซูป

นะหมี่ก็ง่วนใจูบในซาม

รสหมูสับครัวไทย  
รสต้มยำรสเจ้าใจ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
มหาวิทยาลัยมหาวชิราลงกรณ



ชื่อนิติภัณฑ์  
 บัณฑิตโตเนอร์สคลับ  
 ชื่อโฆษณา  
 Auction  
 ชื่อลูกค้า  
 บ.โตเนอร์สคลับ (ประเทศไทย) จำกัด



ศูนย์บริการลูกค้า  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



- 3 แสนห้าครึ่ง
- 3 แสนห้าได้แล้วนะครึ่ง
- 4 แสนครึ่ง
- 4 แสนห้าครึ่ง
- 5 แสนมีไหมครึ่ง
- คุณผู้ชายที่อยู่ด้านหลังนะครึ่ง
- 5 แสนห้า
- 6 แสนครึ่ง....6 แสนห้าครึ่ง
- 8 แสน....8 แสนห้า.....9 แสนแล้วนะครึ่ง

ทดลองขายให้คุณผู้ชายครับ  
 สำหรับสมาชิกโตเนอร์สคลับ  
 ความต้องการ อยู่เหนือขีดจำกัด  
 โตเนอร์สคลับ  
 เมื่อความต้องการของคุณ อยู่เหนือขีดจำกัด



# อุดมคติ

“เราจะดำเนินกิจการโดยตั้งอยู่ในคุณธรรม และทัศนคติ  
ในการทำงานที่ดี  
ราวกับว่า ลีโอ กำลังเฝ้าดูเราอยู่ตลอดเวลา”

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ชื่อผลิตภัณฑ์  
 ไทยกายทรี  
 ชื่อโฆษณา  
 WIFE CRY  
 ชื่อลูกค้า  
 บ. สยามบรอดคาสท์ติ้งแอนด์คอมมิวนิเคชัน จำกัด



ชื่อผลิตภัณฑ์  
 หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ  
 ชื่อโฆษณา  
 THE DEPTH  
 ชื่อลูกค้า  
 บ. ผู้จัดการ จำกัด



ชื่อผลิตภัณฑ์  
 การรักษาสภาพแวดล้อม (หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์)  
 ชื่อโฆษณา  
 RECYCLE  
 ชื่อลูกค้า  
 หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
 องค์กรมหาวิทยาลัย

ผมจะบอกให้ว่าเมื่อไหร่ที่ผมจะสั่งให้พวกคุณถอดชื่อผมออกจากประตูหน้าบริษัท นั่นก็คือวันที่คุณใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการทำเงินมากกว่าทำโฆษณา... โฆษณาแบบของเรา

เมื่อคุณได้สัมผัสไปว่าความสนุกสนานของการทำโฆษณา ความปิติเต็มเปี่ยมที่คุณได้จากมัน หรือบรรยากาศสร้างสรรค์ของที่นี่นั้นควรจะมีค่ามากเท่าเทียมกับเงิน สำหรับนักคิด นักเขียน และนักธุรกิจ ผู้ไม่เหมือนใคร ที่มาร่วมงานกันอยู่ ณ ที่นี่ และช่วยกันทำให้ธุรกิจที่นี่ดำเนินต่อไปในแต่ละวัน

เมื่อคุณสูญเสียความรู้สึก “กระหาย” ที่จะทำงานเพื่องาน โดยไม่นำเอาลูกค้าหรือเงิน หรือความเหน็ดเหนื่อยเข้ามาเป็นตัวแปร

เมื่อคุณสูญเสียความปรารถนาอันแรงกล้าที่จะได้มาซึ่งความสมบูรณ์แบบ และสูญเสียความขจัดใจเมื่ออะไรไม่เป็นไปตามที่หวัง

เมื่อคุณล้มเลิกการแสวงหา ลีลาและรูปแบบและความเป็นหนึ่งเดียวระหว่างภาพและถ้อยคำ เพื่อสร้างผลงานที่สดใหม่ ประทับใจ และน่าเชื่อถือ

เมื่อคุณหยุดทุ่มเทให้กับความคิดที่ว่า การสร้างสรรค์โฆษณาที่ดีที่สุดคืออุดมคติหลักที่ทำให้บริษัทลีโอ เบอร์เนทท์ เป็นลีโอ เบอร์เนทท์

เมื่อเอเยนซีของเราไม่ได้มีฐานะเป็น “สถาบันที่ดำรงอยู่ด้วยจิตสำนึก” ดังที่เฮนรี เดวิด ทอโร นักปรัชญาธรรมชาตินิยมได้ไว้ ซึ่งในความหมายของผมคือสถาบันแห่งบุคคลที่มีจิตสำนึกเท่านั้น

เมื่อคุณเริ่มปรนผ่อนต่ออุดมคติ ซึ่งเป็นเสมือนเส้นเลือดหล่อเลี้ยงหัวใจ - เป็นวิญญาณของการทำงานที่นี่

เมื่อคุณโอนอ่อนผ่อนตามเพื่อผลประโยชน์เฉพาะหน้าและพยายามหาเหตุผลมาอ้างอิงกับการฉวยโอกาสเพียงเพื่อเงินที่จะได้มาง่าย ๆ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

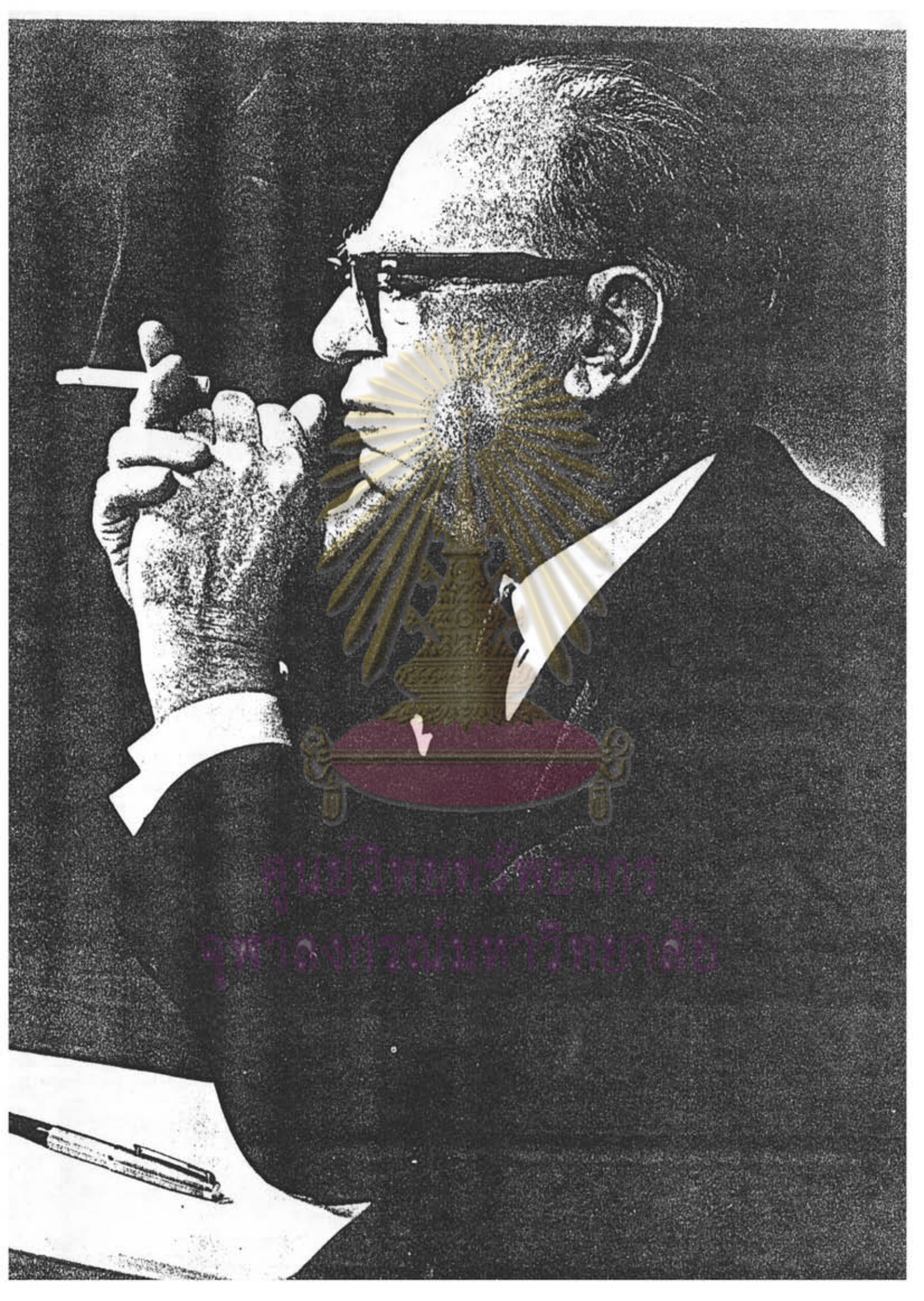


เมื่อคุณเริ่มหยาบ ไม่สนใจจุดบกพร่องหรือสิ่งอันควร หรือสูญเสียความเหมาะสมพอดีที่ลงตัว  
เมื่อความสนใจของคุณมาหยุดอยู่ที่ขนาด ความใหญ่ของเอเยนซีมากกว่าความดี ความมีคุณค่าของผลงาน  
เมื่อมุมมองของคุณจำกัดอยู่แค่ห้องของคุณจะมีหน้าตาต่างที่บ้าน? จะเป็นที่น่าพอใจใครหรือเปล่า?  
เมื่อลูกแสบเปลี่ยนแปลงเป็นแค่ของกิน (หรือของประดับ) ไม่เหลือซึ่งชีวิตจิตใจของพวกเขา  
เมื่อคุณเลิกสรรสร้างความคิด แต่กลับทำงานอย่างไม่แยแส  
เมื่อคุณเชื่อว่างานสร้างสรรค์สามารถบงการ สิ่งต่อเป็นช่วง ๆ ได้ เพื่อแลกกับความรวดเร็วของธุรกิจ แทนที่จะ  
เกิดจากการหล่อเลี้ยงปลูกฝัง และความบันดาลใจ  
เมื่อคุณได้แต่ “พูด” ว่าที่นั่นคือเอเยนซีที่ดีที่สุดมากกว่า “ทำ”  
และสุดท้ายเมื่อคุณสูญเสียความนับถือใน “คนผู้โดดเด่น” ที่ทำงานอยู่คนเดียว หลังแป้นพิมพ์ดีด  
หรือที่โต๊ะเลย์เอาต์ หรือหลังกล้อง หรือรุ่นวายอยู่กับตัวเลขทั้งคืน  
เมื่อคุณลืมนึกว่าคนแบบนี้แหละที่เดินทางตามความใฝ่ฝันของเขาอย่างจริงจัง จนบางครั้งเขาสามารถคว้าดวงดาว  
ที่อยู่ไกลเกินเอื้อมไว้ได้ ถึงแม้จะเป็นเพียงครู่เดียวก็ตาม

และเมื่อวันนั้นมาถึงผมจะยืนยันให้คุณลบชื่อผมออกจากป้ายหน้าประตูบริษัท

# ศูนย์วิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ลีโอ เบอร์เนทท์  
1 ธันวาคม 1967



ศูนย์วิจัยที่รชชยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ข้อมูลเฉพาะ  
บริษัท เคนเสี ยง แอนด์ รูบิคแอม จำกัด

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บริษัท **บริษัท ดีวายแอนด์อาร์ จำกัด**  
 D. Y&R LTD.  
 สำนักงาน **อาคารพาณิชย์เซ็นเตอร์ ชั้น 8**  
**เลขที่ 518/5 ถนนเพลินจิต**  
**กทม. 10330**  
 โทรศัพท์ **254-8267-74**  
 TELEX **20713 DYRTHAI TH**  
 FAX. **66-2-254-8276**  
 ก่อตั้งเมื่อ **15 มีนาคม 2528**  
 ทุนจดทะเบียน **28 ล้านบาท**  
 ประเภทกิจการ **ADVERTISING**  
 ขอบบิลถึง  
 พ.ศ. 2528 25 ล้านบาท  
 พ.ศ. 2529 71 ล้านบาท  
 พ.ศ. 2530 145 ล้านบาท  
 พ.ศ. 2531 232 ล้านบาท  
 พ.ศ. 2532 360 ล้านบาท  
 พ.ศ. 2533 500 ล้านบาท  
 พ.ศ. 2534 638 ล้านบาท  
 เป้าหมาย พ.ศ. 2535 750 ล้านบาท  
 จำนวนพนักงานรวมทั้งสิ้น **140 คน**



### คณะกรรมการบริษัท

นายสภา ปาตเสอียร **MR. DAVID SIA**  
 MR. GARY BURANDT **MR. ALAIN ROUSSET**  
 MR. EDUARDO GONZALEZ **MR. KAZUHIKO ICHIYAMA**

### เจ้าหน้าที่ระดับบริหาร

สภา ปาตเสอียร **CHAIRMAN**  
 MR. EDUARDO GONZALEZ **MANAGING DIRECTOR**  
 คลร็อบ บูตเชอริคเวอ **EXECUTIVE CREATIVE DIRECTOR**  
 NEIL WEBSTER **CREATIVE DIRECTOR**  
 วณิช สุขศิริ **CREATIVE DIRECTOR**  
 KAZUHIKO ICHIYAMA **CLIENT SERVICES DIRECTOR**  
 ปารเมศร์ รัชไชยบุญ **CLIENT SERVICES DIRECTOR**  
 วิจิตรว สุริอง **CLIENT SERVICES DIRECTOR**  
 จินคณา ประสิทธิ์วิภาค **CLIENT SERVICES DIRECTOR**  
 สรรค์รวี กษาเขียว **MEDIA DIRECTOR**  
 อัญชลี อุตเมฆ **FINANCIAL DIRECTOR**

## ประวัติบริษัท

คิววอแอนด์อาร์ เป็นบริษัทโฆษณาที่มีอัตราการเจริญเติบโตสูงสุดในประเทศไทย มีอายุครบ 7 ปี ในเดือนมีนาคม 2535 เริ่มดำเนินการในประเทศไทยจากพนักงาน 8 คน ถูกค่า 2 ราย งบประมาณโฆษณาไม่ถึง 10 ล้านบาท ทุนจดทะเบียน 1.5 ล้านบาท โดยใช้ชื่อว่า บริษัท คิววออาร์ เป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างบริษัท อิงแอนด์บีแอนด์ R ซึ่งบริษัทโฆษณาใหญ่ที่สุดของสหรัฐอเมริกา กับบริษัท เคนท์ส ซึ่งเป็นบริษัทโฆษณาใหญ่ที่สุดของญี่ปุ่น

ปี 2530 บริษัท คิววอแอนด์อาร์ มีงบประมาณโฆษณาเพิ่มขึ้นเป็น 145 ล้านบาท และได้รับการพิจารณาคัดเลือกให้เป็น AGENCY OF THE YEAR 1987 ด้วยเหตุผล และหลักเกณฑ์ในการพิจารณาตัดสิน 7 ประการ คือ งบประมาณโฆษณาที่เพิ่ม, ผลประกอบการล่าสุด, ผลงานโฆษณาดีเด่น, ถูกค่าที่เพิ่มขึ้น, กิจกรรมสำคัญ, การบริหารงาน, ความรับผิดชอบต่อจรรยาบรรณ

เมื่อเดือนมีนาคม 2531 ชาวสเจ้าของบริษัทโฆษณาใหญ่ที่สุดของยุโรปและเป็นกิจการในเครือบริษัทยุโรปคอมได้ร่วมลงทุนกับคิววอแอนด์อาร์ในประเทศไทย และเพิ่มทุนจดทะเบียน เป็น 28 ล้านบาท และได้ใช้ชื่อ บริษัท เอชดีเอ็ม คิววออาร์ และในปีนี้บริษัทได้รับการคัดเลือกให้ได้รับรางวัล EXCELLENT SERVICE BUSINESS AWARD 1988 โดยฯทพฯ พิเศษ รัชชกุล รื่องนาออกรัฐมนตรี เป็นผู้อนุมัติรางวัลด้วยเหตุผลและหลักเกณฑ์ในการพิจารณาตัดสิน 5 ประการคือ เป็นบริษัทโฆษณาที่มีการพัฒนาคุณภาพการบริการ, เป็นบริษัทโฆษณาที่มีประสิทธิภาพและให้ความสำคัญต่อสังคม, เป็นบริษัทโฆษณาที่ให้ความพอใจและเป็นศรัทธาเชื่อถือ, เป็นบริษัทโฆษณาที่มีการเสียสละช่วยเหลือสังคมในด้านต่าง ๆ และเป็นบริษัทโฆษณาที่ช่วยสร้างชื่อเสียงและความเจริญให้กับประเทศชาติ รางวัลที่ได้รับมีเพียงรางวัลเดียวและคิววอแอนด์อาร์ เป็นบริษัทโฆษณาที่ได้รับรางวัล

วันที่ 1 มกราคม 2531 บริษัทฯ ได้เปลี่ยนชื่อใหม่อีกครั้ง เป็นบริษัท เอชดีเอ็ม จำกัด ตามสำนักงานใหญ่และต่อมาเดือนเมษายน 2534 บริษัท ก็ได้ทำการเปลี่ยนชื่ออีกครั้งเป็น บริษัท คิววอแอนด์อาร์ จำกัด

## ข้อมูลเฉพาะของบริษัท

งบประมาณซื้อสื่อโฆษณาของบริษัทฯ ปี 2534

โทรทัศน์	61%
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร	27%
วิทยุ	5%
สื่ออื่น ๆ	7%

## การร่วมทุนกับต่างประเทศ และผลที่จะได้รับ

คิววอแอนด์อาร์ เป็นบริษัทร่วมทุนเด่นที่สุดกับบริษัทอิงแอนด์บีแอนด์ R ผลที่ได้รับจากการร่วมลงทุนในประเทศไทยของบริษัทโฆษณาต่างประเทศ ทำให้พนักงานคนไทยได้มีโอกาสเดินทางไปศึกษาและฝึกอบรมที่สำนักงานในต่างประเทศ และทางสำนักงานใหญ่ได้จัดส่งผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ มาฝึกอบรมพนักงานในประเทศไทยเป็นประจำทุกปี ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น และข้อมูลใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมโฆษณาพร้อมทั้งได้จัดส่งพนักงานระดับบริหารเดินทางไปฝึกอบรมต่างประเทศ เช่น ที่นิวยอร์ก โคโลราโด อังกฤณ ซิดนีย์ และสิงคโปร์ เป็นต้น

## สำนักงานใหญ่

D, Y & R Worldwide  
810 7th Avenue, New York,  
New York 10019, U.S.A.

สำนักงานสาขา 70 แห่ง ทั่วโลก

Adelaide • Amsterdam • Athens • Auckland • Bangkok  
• Barcelona • Beijing • Bogota • Bombay • Brisbane  
• Brussels • Budapest • Buenos Aires • Cape Town  
• Caracas • Cedar Rapids • Chicago • Cincinnati  
• Copenhagen • Des Moines • Detroit • Dublin  
• Frankfurt • Geneva • Guatemala • Harare • Helsinki  
• Hong Kong • Istanbul • Jakarta • Johannesburg  
• Kuala Lumpur • Lisbon • London • Los Angeles  
• Lusaka • Madrid • Manila • Melbourne • Mexico  
• Milan • Montevideo • Montreal • Nairobi • New York  
• Oslo • Paris • Prague • Raleigh • Rio de Janeiro  
• Rome • San Francisco • San Juan • Santiago  
• Santo Domingo • Sao Paulo • Seoul • Shanghai  
• Singapore • Stockholm • Sydney • Taipei • Tokyo  
• Toronto • Trinidad • Vienna • Washington, D.C.  
• Wellington • Wilmington • Zurich

บริการด้านต่าง ๆ

1. วิเคราะห์ปัจจัยเกี่ยวข้องทั้งปวงด้านการตลาด ผู้บริโภค และข้อมูลผลิตภัณฑ์เพื่อพัฒนาขึ้นเป็นข้อเสนอแนะด้านการโฆษณา

2. เสนอทางแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์จากการตัดสินใจทางกลยุทธ์ พัฒนาความคิดในการโฆษณาขึ้นจากแนวคิดรวบยอดต่าง ๆ และดำเนินการผลิตขึ้นเป็นชิ้นงานโฆษณาในขั้นสุดท้าย

3. วางแผนงานและควบคุมดูแลการผลิตงานโฆษณาทุกชนิดให้ออกมาเป็นชิ้นงานที่ดีที่สุด

4. วิเคราะห์ วางแผน คัดกรอง และจัดซื้อเนื้อที่สื่อโฆษณาให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ ตลอดจนคิดค่าเก็บข้อมูล และนำมาวิเคราะห์ผลของการโฆษณา

5. คิวออนต์อร์ ด้พัฒนาการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี ด้นำคอมพิวเตอร์มาใช้กับฝ่ายสื่อโฆษณา โดยค้อไลนสายตรงกับบริหารจัดซื้อ เพื่อนำข้อมูลและผลการวิจัยของผู้บริโภคมาใช้ประโยชน์ในการวางแผนสื่อโฆษณาได้ทันที่ เพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพการบริการให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพรวดเร็วทันเวลา

บริการพิเศษของบริษัท

คิวออนต์อร์ มีบริการพิเศษต่างประเทศ โดยผ่านสำนักงานกว่า 180 แห่งทั่วโลก ในงานด้านการโฆษณา การตลาด ประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการขาย หรือการขายตรง

นโยบายในการรับลูกค้าใหม่

คิวออนต์อร์ จะรับลูกค้าใหม่เพิ่มได้เมื่อไม่เป็นผู้แข่งโดยตรงกับลูกค้าปัจจุบัน และพร้อมที่จะจัดทีมบริการด้านบริหารงานลูกค้า สร้างสรรค์ สื่อโฆษณา เป็นทีมขึ้นใหม่เพื่อให้บริการกับลูกค้าใหม่ได้อย่างครบทีม ปัจจุบันคิวออนต์อร์ได้รับการเชื่อถือ และมอบความไว้วางใจจากลูกค้า

ขอบข่ายและขนาดของลูกค้าที่บริษัทรับบริการ คิวออนต์อร์ มีขอบข่ายงานทั่วโลก มีสำนักงานใหญ่ที่อเมริกาและที่ผู้ป็นคิวออนต์อร์ เวิร์ดไวด์เป็นบริษัทโฆษณาที่มีการเจริญเติบโตสูงที่สุดในโลก จากรายงานของหนังสือแอดเวอร์ไทซิงเอง ลงวันที่ 30 มีนาคม 2531 รวมเครือข่ายทั่วโลกมีสำนักงานกว่า 180 แห่ง ขนาดของลูกค้คิวออนต์อร์ ประเทศไทย ที่รับบริการมีตั้งแต่ประมาณปีละ 5 ล้านบาท ถึง 70 ล้านบาท

กลยุทธ์แห่งการเติบโต

การรู้ซึ่งถึงความต้องการของผู้บริโภค ขวักกับความกล้าคิด กล้าทำในเชิงสร้างสรรค์ รวมกับความ เป็นเลิศในเชิงปฏิบัติ นำมาซึ่งงานโฆษณาที่ส่งผลให้สินค้าเติบโตในตลาด

สินค้าเจริญเติบโต จำนวนลูกค้าที่ไว้วางใจกับ คิวออนต์อร์ ก็เพิ่มมากขึ้นตามลำดับ ซึ่งเป็นกลยุทธ์ ในการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของคิวออนต์อร์

บรรณาค้องานของบริษัทโฆษณาสร้างสรรค์ งานโฆษณาสร้างสรรค์ที่ค้อองเป็นงานที่ด้รับ

การยอมรับจากผู้ชมและกลุ่มเป้าหมายประหนึ่งว่าสินค้า นั้นได้เข้าไปมีบทบาทอย่างหนึ่งในชีวิตของพวกเขา และมี TONE ที่เหมาะสมในการพุ่งใจ งานโฆษณา สร้างสรรค์ที่ค้อองมีแนวคิดที่ชัดเจนและผลิตออกมา ด้วยคุณภาพที่ดี และที่สำคัญงานโฆษณานั้นค้อองขาย สินค้าได้

นโยบายและเป้าหมาย

- 1. มุ่งสู่การเป็นบริษัทโฆษณาที่ดีที่สุด สร้างสรรค์ที่สุด โดยมีได้มุ่งที่จะเป็นบริษัทโฆษณาที่ใหญ่ที่สุด
- 2. จัดอบรมพนักงานทุกระดับ โดยเชิญวิทยากรต่างประเทศจากสำนักงานใหญ่จากสหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น เดินทางมาให้การอบรมแก่พนักงานในระดับต่างๆ พร้อมทั้งส่งพนักงานระดับบริหารเดินทางไปฝึกอบรมในต่างประเทศ
- 3. ให้ลูกค้าได้รับบริการในทุกด้านอย่างดีที่สุด งานโฆษณาทุกชิ้น ต้องมีคุณภาพของการเป็นมืออาชีพที่แท้จริง

แนวความคิดที่มีประสิทธิภาพในการขาย

การที่จะได้งานโฆษณาที่มีประสิทธิภาพนั้นต้องเริ่มต้นจากการรู้จักกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคอย่างแท้จริง รู้ลึกเข้าไปในใจว่าเขาต้องการอะไร และรู้ว่าสินค้าที่โฆษณานั้นจะจับใจเขาได้ตรงไหน โดยนำเสนอจุดเด่นที่สุดของสินค้าที่มีเหนือคู่แข่งออกมาให้ชัด

ปรัชญาบริษัท

งานสร้างสรรค์ทุกชิ้นของคิ้วแอนด์คอร์ดาร์ เป็นผลมาจากการผสมผสานของวัฒนธรรม และสะท้อนให้เห็นสมดุลระหว่างการสอดแทรกอารมณ์สัญลักษณ์ และการสร้างภาพทงอันเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชาวญี่ปุ่นกับการใช้เหตุผลและหลักปฏิบัติอันเป็นพื้นฐานของวัฒนธรรมตะวันตก คิ้วแอนด์คอร์ดาร์ จึงเป็นเสมือนการทำงานร่วมกันระหว่างสมองทั้งซ้ายและขวา ระหว่างความจริงกับความรู้สึก และระหว่างโลกปัจจุบันกับความฝันแห่งอนาคต ผลก็คือเกิดบริษัทโฆษณาที่เพียบพร้อมด้วยคุณภาพและประสิทธิภาพ ซึ่งจะเป็ประโยชน์แก่ลูกค้าได้มาก ในตลาดที่เต็มไปด้วยการแข่งขัน



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**THE BEST OF ASIA ADVERTISING AWARDS**

ชื่อยี่ห้อ/โฆษณา	ผู้ลงคำ	รางวัลที่ได้รับ
KINGTEX "FIRST LOVE"	ROYAL INDUSTRIES	BEST OF '86 TV (PACKAGED GOODS)
AT&T "OFFICE"	AT&T	BEST OF '86 TV (CORPORATE)
SOGO "BURSTING BALLOON"	SOGO	BEST OF '86 CERTIFICATE OF EXCELLENCE
FUJI "E-SARN PROJECT"	FUJI	BEST OF '88 TV CERTIFICATE OF EXCELLENCE
BANGKOK BANK OF "PIANO"	BANGKOK BANK OF COMMERCE	BEST OF '88 TV CERTIFICATE OF EXCELLENCE

**BAD AWARDS**

ชื่อยี่ห้อ/โฆษณา	ผู้ลงคำ	รางวัลที่ได้รับ
SOGO "BLOW UP"	SOGO	TVC AWARD '86
AT&T "OFFICE"	AT&T	TVC AWARD '86
FUJI "GRADUATION"	FUJI	BEST TVC AWARD '90 BEST JINGLE '90
SOFY "MAN"	UNICHARM	BEST COPYWRITING '90 BEST DIRECTION '90
SPY PRINT	TRADING PLUS	BEST PHOTOGRAPHY '90
AVON "HOT & COLD"	AVON COSMETICS	BEST CINEMATOGRAPHY '91
CHICLETS "DISTORTION"	WARNER-LAMBERT	BEST ART DIRECTION '91
FUJI "ENVIRONMENT"	FUJI PHOTO FILM	BEST ART DIRECTION '91
SHARP "GOSSIP"	THAI CITY ELECTRIC	BEST STYLIST '91

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



**TACT AWARDS**

ชื่อบริษัท / ชื่อผลงาน	ผู้สนับสนุน	รางวัลที่ได้รับ
COLGATE TOOTHPASTE "NOK LAE CAVITY FREE CRUSADE"	SIAM PURITY	RADIO AWARD'87
COLGATE TOOTHPASTE "NOK LAE FIGHT FIGHT"	SIAM PURITY	TVC AWARD'88
FUJI FILM "FANTASY"	FUJI	TVC AWARD'88
SPY WINE COOLER "EYES"	TRADING PLUS	TVC AWARD'89
SPY WINE COOLER "REWARD 1"	TRADING PLUS	PRINT AWARD'89
BANGKOK BANK OF COMMERCE "BUTTERFLY"	BANGKOK BANK OF COMMERCE	POSTER AWARD'89
ESSO "SAFETY"	ESSO STANDARD THAILAND	TVC AWARD'89
FUJI FILM "GRADUATION"	FUJI	TVC AWARD'90
FUJI CAMERA "TINY"	FUJI	TVC AWARD'90
FUJI CAMERA "BANANA"	FUJI	TVC AWARD'90
COLGATE "DENTIST"	SIAM PURITY	TVC AWARD'90
SHARP "CARBON"	SHARP	TVC AWARD'90
ESSO "LIFE"	ESSO STANDARD THAILAND	TVC AWARD'90
ESSO "TIGER"	ESSO STANDARD THAILAND	TVC AWARD'90
AVON "HOT & COLD"	AVON COSMETICS	TVC AWARD'91
FUJI "JAMAICA"	FUJI PHOTO FILM	TVC AWARD'91
SIAM CEMENT "SAFETY SHOE" "SAFETY GLOVE" "SAFETY HAT"	SIAM CEMENT GROUP	POSTER AWARD'91

# Dentsu, Young & Rubicam Ltd.

"REVENGE" 45 SEC.  
GRANIT ROOF TILES



"THE DOUBLE-EDGED PEN" 15 SEC.  
PRACHACHART TURAKIJ NEWSPAPER



"JAPAN" 60 SEC.  
FUJI FILM



"DROP-IN LOADING" 30 SEC.  
FUJI CAMERA



ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

# Dentsu, Young & Rubicam Ltd.

**"BOOT"**  
DUPONT ANTRON FIBER



**"THE DOUBLE-EDGED PEN"**  
PRACHACHART TURAKIJ NEWSPAPER



**"TRACKS"**  
DUPONT ANTRON FIBER



**"A TRAGIC REFLECTION OF A COLORFUL NEWS"**  
PRACHACHART TURAKIJ NEWSPAPER



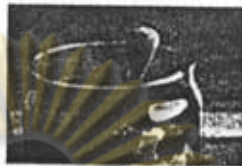
**"CHAIR"**  
DUPONT ANTRON FIBER



**"PERCHER ONE PEN"**  
PRACHACHART TURAKIJ NEWSPAPER



# Dentsu, Young & Rubicam Ltd.



"NAUGHTY GUM" 15 SEC.  
BUBBALOO BUBBLE GUM



"CONDO" 30 SEC.  
TRANS AIR CONDITIONING



"FORMATION" 30 SEC.  
COLGATE CALCIUM



"EATING FAMILY" 30 SEC.  
ESSO GAS

ศูนย์วิทยุโทรทัศน์

สาขาใหม่ เชียงใหม่

# Dentsu, Young & Rubicam Ltd.

## "HARD TOP" GRANIT ROOF TILES



## "HARD BACK" GRANIT ROOF TILES



## DROP-IN LOADING FUJI CAMERA



## JIGSAW FUJI EXPRESS LAB



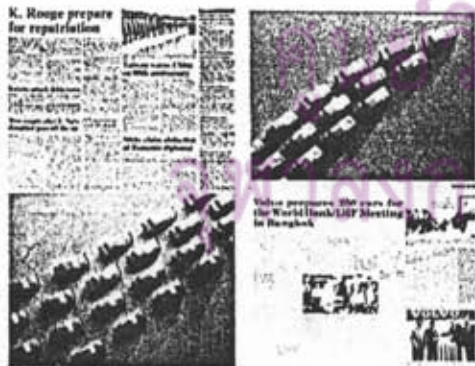
## JIGSAW FUJI EXPRESS LAB



## JAPAN FUJI FILM



## VOLVO AND WORLD BANK VOLVO



## JAPAN FUJI FILM



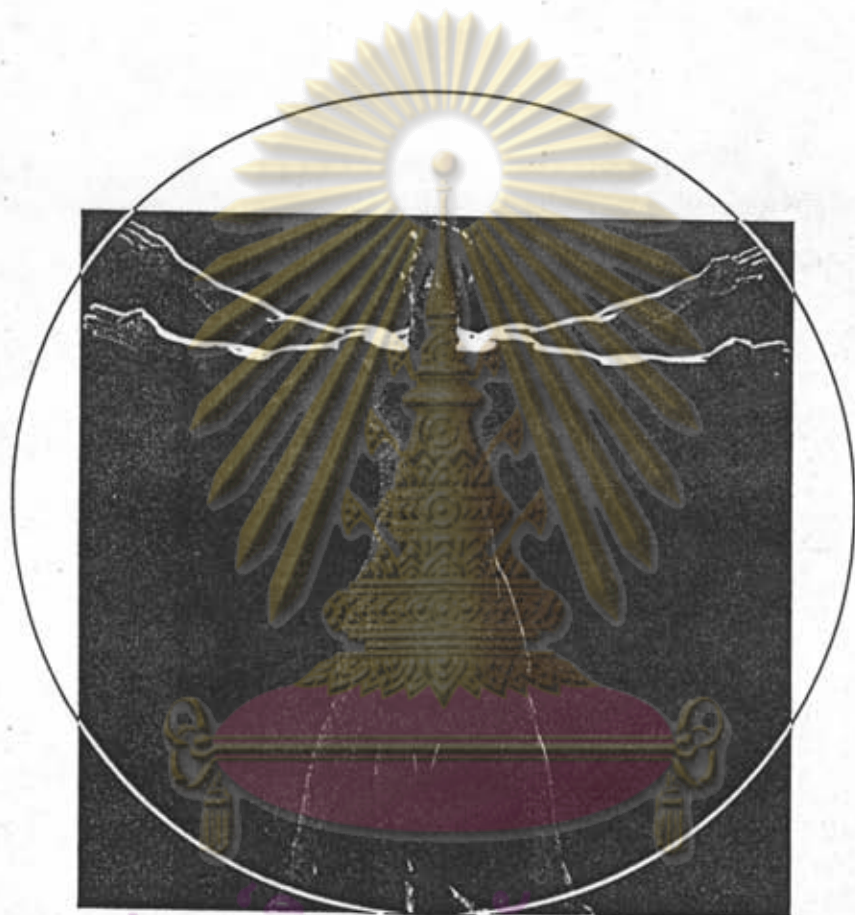
วิทยากร  
รณมท



ข้อมูลเฉพาะ  
บริษัท สบา แอควอร์เทอริง จำกัด

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เราจะเขียนปรัชญาให้สวยหรูแค่ไหนก็ได้  
แต่เราคิดว่าไม่จำเป็น เพราะที่สุด  
เราเชื่อมั่นในสิ่งเดียว คือ "คุณค่าของคุณ"



ศูนย์วิทยุทรพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

We

ve

G



ศูนย์วิทยบริการ  
สุพาสกร  
The วิทยาลัย

P

ower



ARASAS

A  
O  
W  
A  
N  
E  
E

CHAIRMAN



*In*

# People



HAMBUNDABONGSE

I  
T  
I

*We*

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



MANAGING  
DIRECTOR

# Trust

# ความเชื่อมั่นในคนของเร

**SAOWANEE SARASAS**

Chairman

**KITTI CHAMBUNDABONGSE**

Managing Director

**BUSABA TANANUKU**

Executive Research Director

## EXECUTIVE

**PISAMAI PRAPPHAL**

Executive Finance Director

**ARAYA RAVEEWONG**  
DIRECTOR  
Executive Media Director

**VIRACH LERVORAVINY**

Executive Client Service Director

## COMMITTEE

**VRIN DHAMMATAREE**

Executive Creative Director

**ITICHAU UMAPORN**

Executive Creative Director

**SODSOI CHOMTHAVA**

Executive Creative Director

# ทำให้เรารู้จักพลังในตัวคุณ

**PAKPOOM INDRA-PAYOONG**

Asso. Client Service Director

**TRACHOO KANCHANASATITY**

Account Director

**WATCHARA RUANGSIRI**

Creative Director

**VASADOME RASMIDATT**

Associate Creative Director

**VILAILAK THIENLIKIT**

Associate Creative Director

**AREE SUTHIWONGK**

Graphic Design Manager

# พลังที่รวมเป็นหนึ่ง

**NALINEE UNKCASIRIKUL**

Production Manager

**VORAPUN SUVITCHAKUL**

Traffic Manager

**SOMKEAT CHOMCHU**

Visualizer Group He

**SUVIT SOOKKAMOL**

Art Studio Manager

## OPERATION

## COMMITTEE

**CHIRAPORN MULLIKAMA**

Costing Department Manag

**MONTHEP KLUNGSOMBOON**

Associate PR. Director

**PAKINEE ANOMASIRI**

PR. Account Director

**VALEERAT LOURVAN**

Human Resource Direct

ONE TEAM ONE COMPANY ONE CONCEPT



ศูนย์วิทยุโทรทัศน์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



Osc. thrapha (Teck Ileng Yee) Co., Ltd.



PREMIER MARKETING CO., LTD.

PREMIER ENTERPRISE CO., LTD.



PR. CENTER CO., LTD.

SONY

TOSHIBA

TOYOTA



REGENCY

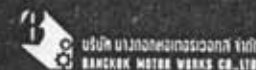


ศูนย์วิทยุโทรพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

IM I.M. INTERNATIONAL CO., LTD.



SINO-PACIFIC TRADING (THAILAND) CO., LTD.



sin

ความสำเร็จ  
คือคุณค่า  
คือคุณค่าของผลงาน



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



**AP-75 สำหรับรถที่ไม่ถูกกับน้ำและฝน**

รถที่ใช้น้ำมันหล่อลื่น STP AP-75 จะสามารถป้องกันน้ำและฝนที่ตกลงมาบนเครื่องยนต์ได้เป็นอย่างดี เพราะน้ำมัน STP AP-75 มีคุณสมบัติพิเศษที่สามารถป้องกันน้ำและฝนที่ตกลงมาบนเครื่องยนต์ได้เป็นอย่างดี เพราะน้ำมัน STP AP-75 มีคุณสมบัติพิเศษที่สามารถป้องกันน้ำและฝนที่ตกลงมาบนเครื่องยนต์ได้เป็นอย่างดี เพราะน้ำมัน STP AP-75 มีคุณสมบัติพิเศษที่สามารถป้องกันน้ำและฝนที่ตกลงมาบนเครื่องยนต์ได้เป็นอย่างดี

ผลิตภัณฑ์คุณภาพระดับโลก STP

TITLE  
"ร่ม"

"หนุ่มสาว"  
CLIENT

บริษัท สิทิส จำกัด  
"น้ำมันเครื่อง STP"



สำหรับกระตุบ 2 คีล

สำหรับกระตุบ 4 คีล

ผลิตภัณฑ์คุณภาพระดับโลก STP

ผลิตภัณฑ์คุณภาพระดับโลก STP

ศูนย์วิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



...เท้ามีหรือ...  
**อาการของคนที่เดินเคี้ยวหนึบ**

มีอาการเดินเท้าหนัก  
 เท้ามีอาการเจ็บปวด  
 เท้ามีอาการบวม  
 เท้ามีอาการคัน  
 เท้ามีอาการแสบ



แนะนำใช้  
 SPA

TITLE  
 "ป่าทองใต้"

"จันทน์"

CLIENT

บริษัท ไชยสถาน (เด็กเซนต์) จำกัด  
 "บนเนอร์ โปรดักส์"



แนะนำขาย เ็นสีผิวขาว  
 ...ถึงมือไป...

แนะนำใช้  
 SPA




แนะนำใช้  
 SPA

TITLE  
 "ถูกครึ่ง"

"หัวเราะ"

CLIENT

บริษัท สารา ประเทศไทย จำกัด



แนะนำใช้  
 SPA

ศูนย์กายภาพบำบัด  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

TITLE  
"รักน้าวรักเงา"  
60 SEC.  
CLIENT

บริษัท โกลด์เด้นคิงดอม จำกัด



เมื่อมันดับและเธอลดคน  
ก็จะมีฉันและเธอต่อไป  
จะอีกบนถนนบน อีกลูกบนโลก  
เราจะผูกใจไว้ด้วยกัน  
ความหวังใจที่มีไว้กัน  
เริ่มขึ้นมา ตั้งแต่เมื่อวันนั้น  
วันเวลาสร้างความสัมพันธ์ในจิตใจ  
ด้วยความหวังใจ ที่ยิ่งเหมือนเดิม  
และยิ่งจะเห็นกัน เมื่อวันซึ่งผ่านไป  
ทุกคืนวันความผูกพันไม่เคยจะเสื่อมคลาย  
วันเวลาเปลี่ยนไปบางเรื่องราว  
แต่ใจของเรา ไม่เคยจะเปลี่ยนผัน  
เธอนคงไว้ที่เป็นคนที่ผูกพันคน  
วันและคืนจะเป็นสัญญา  
ว่าสิ่งที่ดีงามจะคงอยู่ต่ออันนั้น  
เธอนคงไว้ที่เป็นคนที่ผูกพันไป  
เราจะผูกใจไว้ด้วยกัน

TITLE  
LIGHT UP THE PEOPLE'S LIFE  
45 SEC.  
CLIENT

บริษัท โคจิมา (ประเทศไทย) จำกัด  
"หลอดไฟ"



# ศูนย์วิทยุโทรทัศน์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มาตามสัญญา  
มาตามหัวใจเรือดหา  
เมื่ออาทิตย์ขึ้นตา  
ความหวังใจเห็นกัน  
เห็นต่อซึ่งอยู่ได้  
เพราะหลอดไฟ  
แห่งความหวังมาส่องทาง  
ไฟที่ดำรงใจผู้คน  
คืนนี้...หลอดไฟจากโคจิมาทุกหลอด  
ส่องสว่างเคียงข้างเรา  
โคจิมา นำดีที่คู่ชีวิต

TITLE  
"คือโลก"  
30 SEC.  
CLIENT

การสื่อสารแห่งประเทศไทย



TITLE  
"ชีวิตคือเพชร"  
45 SEC.  
CLIENT

บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด  
"กระเบื้องตราเพชร"



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โลกถูกแบ่งเป็นส่วนๆ  
ด้วยความแตกต่างทางเวลา  
ความเชื่อและเผ่าพันธุ์  
แต่โลกก็ติดกันไว้ เพราะการติดต่อสื่อสาร

การสื่อสารแห่งประเทศไทย  
เชื่อมใจเราไว้กับโลก  
ด้วยเครือข่ายทันสมัยทุกรูปแบบ

การสื่อสารแห่งประเทศไทย  
เครือข่ายทั่วโลก ใจไทยทั่วโลก

ผมเป็นคนเมืองเพชร ส่วนพื้นที่บนถนนเพชรบุรี  
เชยเกินที่นับอะไรเชย

ผมชื่อตราเพชร พื้นที่ผมชื่อเพชรงาม  
สร้างวิมานก็ปูหลังคาด้วยเพชร

ฮวงกู่ทูนทาน ปู่ทูนที่สี่ของปู่เพชร  
กระเบื้องตราเพชร แม้แกร่งอย่างเพชรจริงๆ  
(กระเบื้องตราเพชร แม้แกร่งอย่างเพชรจริงๆ)

ถ้ามีลูกสาวก็ขอให้เป็นลูกตราเพชร  
ถ้ามีลูกเขยให้เป็นเจ้าของร้านเพชร

เราดูกันอย่างไรกัน  
ชีวิตคิดค้น อยู่กับเพชร

ปูหลังคาใช้กระเบื้องตราเพชร  
กระเบื้องตราเพชร ทั่วทั้ง หน สมชื่อ



TELEVISION COMMERCIAL

TITLE  
"ANYWAY"  
45 SEC.  
CLIENT

บริษัท โซนี่ ไทย จำกัด  
"SONY SUPER FH"



TITLE  
"PRETTY WOMAN"  
46 SEC.  
CLIENT

"HULA HULA"  
บริษัท โฮสเทล (เด็กเซงหนู) จำกัด



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

SONY SUPER FH  
วิศวกรรมโทรคมนาคม

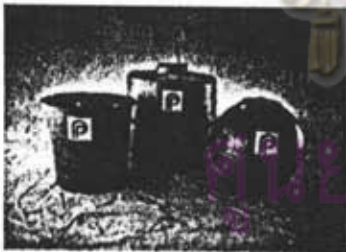
ไม่ใช่วินิจฉัย ถ้าใครจะบอก  
บึงหนองเขินๆ สุดำใหม่  
หนองเขินเขิน น้บโงโง่โง่

TITLE  
"10 YEARS"  
16 SEC.  
CLIENT

บริษัท ที.พี. เซ็นเตอร์ จำกัด  
"ตั้งถิ่นฐาน ที.พี."

TITLE  
"ไปช่วยกัน"  
60 SEC.  
CLIENT

ธนาคาร สหธนาคาร จำกัด



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

10 ปี...10 ปี...10 ปี...  
10 ปี...10 ปี... หรือ ก็ 10 ปี  
ตั้งถิ่นฐาน ที.พี. ชุดใหม่พร้อมกัน  
ความทันสมัยถึง 10 ปี

บนเส้นทางธุรกิจนั้นไม่ได้ราบเรียบเสมอไป  
แต่ไม่ว่าอะไรจะเกิดขึ้นกับคุณก็ตาม  
เราอยู่เคียงข้างคุณเสมอ  
ที่สหธนาคาร คุณค่าคือเสมอ



ภาคผนวก ข

บทสัมภาษณ์ของนักคิดสร้างสรรค์งานโฆษณาชั้นเยี่ยมของประเทศไทยในนิตยสารต่าง ๆ

ศูนย์วิทย์ทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



บทสัมภาษณ์ คุณภาณุ อิงคะวัต  
นิตยสารตีโลก ฉบับประจำเดือนกรกฎาคม 2536

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



# ร้อยคำถาม เจาะหัวใจ ภาณุ อิงตะวัต

“จงแปลโจทย์ที่ลูกคำมี  
เครื่องหมายคำถามในใจให้กลายเป็น  
ประจุไฟฟ้าขั้วบวก แล้วออกแบบ  
งานของคุณให้เป็นประจุ  
ไฟฟ้าขั้วลบ...”

...คุณจะได้กลไกสุดขุดอยู่ใน  
กำมือ...”



ผลงานโฆษณามากมายที่ถูกถ่ายทอด  
ออกมาเป็นสื่อสากลที่ผู้คนเข้าใจความ  
หมายกว้างไกลจากวลีเพียงน้อยนิด

หากเปรียบวลีนั้นเป็นอัญมณีเลอค่า  
ที่ผ่านการเจียรไนมานับครั้งไม่ถ้วน

บางคนอาจมองเห็นเพียงซากผลึก  
หรือบางคนอาจมองเห็นความสวยงาม  
ขึ้นอีกหน่อย แต่ก็ยังไร้ร่องรอยแห่งความ  
เหมาะสม

ในขณะที่บางคนเฝ้าขัดสีสมบัติล้ำค่า  
จนเนียนสวย ดูคล้ายจะไม่มีที่ติ หากแต่ลึ้ม

ใสจรัสลงในเหลี่ยมเพชรให้ต้องตาผู้คน  
แต่ใครบางคน...ได้รวบรวมความ  
บกพร่องทั้งหลายให้กลายเป็นเครื่องมือ  
เจียรไน ค่อยไล่เลียบเหลี่ยมแล่งของอัญมณี  
นั้น ให้กลายเป็นความงามอัครจรรย์ได้  
...งานโฆษณา...ต่างกันสุดขั้วตรงนี้  
เอง...

ภาณุ อิงตะวัต คนโฆษณาที่ใช้  
เวลากว่าสิบปี ทำสิ่งที่เขารักที่สุดให้กลายเป็น  
สิ่งที่คนอื่นยอมรับในสิ่งเดียวกัน

คำตอบต่อคำถามร้อยคำถามนี้ ได้  
สื่อความหมายไว้อย่างครบถ้วน เพื่อมอบ  
ให้กับ ‘คนรุ่นใหม่’ ที่ยังเวียนวนค้นหา  
คำตอบของงานโฆษณา หรือ บางคนก็  
อาจรู้คำตอบนี้แล้ว แต่ก็ยังอยากย้ำความ  
คิดให้ตรงแน่นเพื่อจะได้ไม่มีความ ‘พลาด’  
สำหรับงานชิ้นต่อไป

ไม่บ่อยนักที่เขาคนนี้จะยอมให้ใคร  
มานั่งเจาะใจกันง่าย ๆ จะนั่นหัวข้อสนทนา  
ที่เรียงไว้ในหน้าหนังสือนี้ จึงเป็นความ  
ชัดเจนที่สุดที่จะทำให้คุณรู้จักเขา...ดียิ่งขึ้น

ดีไลท์ เริ่มกันตั้งแต่ประวัติการศึกษาเลย  
ดีไหมคะ?

ภาณุ ไอโฮ ละเอียดขนาดนั้นเลยหรือครับ  
ดีไลท์ ใช่ค่ะ เพราะ ‘นี่แหละชีวิต’ คือชื่อ  
คอลัมน์ของเราใดคะ โทษ ๆ ก็มาเจอกันแล้ว

ภาณุ โอเคครับ...ผมจบ ม.ศ.3 จากสาธิต  
จุฬาฯ แล้วไปเรียนต่อที่นิวซีแลนด์จนจบ

ไฮ-สคูล แล้วก็ไปต่อกราฟฟิคดีไซน์ที่  
โอ๊คแลนด์ ประเทศนิวซีแลนด์ แล้วถึงได้  
ไปเรียนต่อปริญญาตรีที่ประเทศอังกฤษ...

ดีไลท์ ทำไมถึงต้องเรียนกราฟฟิค ดีไซน์?  
ภาณุ คือตอนเด็ก ๆ ผมจะชอบเรียนวาดรูป  
อยู่แล้ว วิชาที่สอบตกเป็นประจำคือเลข

กับวิทยาศาสตร์ เลยตัดสินใจเลือกเรียน  
กราฟฟิค เพราะจะหนีทั้งสองวิชานี้อยู่แล้ว  
เป็นใจครับ ละเอียดมั๊ย...

บรรยากาศในการสัมภาษณ์วันนั้น  
ค่อนข้างเป็นไปอย่างสนุกสนานตลอดรายการ

เพราะ บก.ของเราไปสัมภาษณ์ด้วยตัวเอง  
เนื่องด้วยเป็นการถือโอกาสที่ได้ไปพบปะ  
เพื่อนเก่าที่ไม่ได้เจอกันเนิ่นนานพอสมควร

# “...ก็ทำงานชิครับ ตอนนั้นรับจ้างล้างชาม ภูพื้นซูปเปอร์มาร์เก็ต ขายปลาทอด”



ดีไลท์ มีแรงบันดาลใจอย่างอื่นที่ทำให้ตัดสินใจเรียนวิชานี้หรือเปล่า?  
 ภาณุ อาจจะเป็นเพราะผมเคยประทับใจตรงครอบครัวของอาที่เขาเป็นสถาปนิกกันทั้งบ้าน เวลาผมไปที่บ้านเขา ก็จะเห็นแต่ของสวย ๆ งาม ๆ แต่ผมเรียนฟิลิคส์ไม่เก่งเลยทำให้เรียนสถาปัตย์ไม่ได้ จึงต้องเลือกเรียนกราฟฟิกแทน  
 ดีไลท์ ตอนไปอยู่เมืองนอกใหม่ๆ ชีวิตมีปัญหาอะไรหรือเปล่า?  
 ภาณุ ไม่มีเลย เพราะเมืองที่ไปอยู่เป็นเมืองที่สบายมาก  
 ดีไลท์ ทำไมถึงเลือกไปนิวซีแลนด์?  
 ภาณุ เพราะคุณแม่คงกลัวว่า ถ้าไปอเมริกาแล้วจะเสียคนมั่ง ก็เลยส่งไปเรียนเมืองที่ไกล ๆ  
 ดีไลท์ สมัยนั้น นิวซีแลนด์เป็นอย่างไรบ้าง?  
 ภาณุ เป็นเมืองที่สงบมาก ถ้าคุณยังจำหนังเรื่องหนูน้อยบิวเวอร์ได้ คุณก็จะนึกภาพนิวซีแลนด์ออก ตอนนั้นผมเคยกลับไปอีก

ก็ยังเหมือนเดิม จะมีบ้านหลังเล็กๆ รั้วเตี้ยๆ มีต้นไม้สวยงามอยู่เต็มเมือง พอออกไปนอกเมืองสักสิบนาทีก็จะเจอทะเลใส ๆ ท้องฟ้าสวย ๆ แล้ว  
 ดีไลท์ อยู่ที่นิวซีแลนด์ก็ไปถึงไปอังกฤษ?  
 ภาณุ 5 ปีครับ เรียนไฮ-สคูล 3 ปีที่ St. PAUL COLLEGE แล้วก็ต่อ FOUNDATION OF ART อีก 2 ปีที่ OAKLAND TECHNICAL COLLEGE จากนั้นก็ไปเรียนต่อที่ HARROW OF TECHNOLOGY COLLEGE ที่อังกฤษในสาขา SOCIETY OF INDUSTRIAL ART DESIGN  
 ดีไลท์ ทำไมถึงต้องเป็นประเทศอังกฤษด้วย?  
 ภาณุ เป็นความรู้สึกส่วนตัวของผมเอง อาจเป็นเพราะผมโตมาจากที่นิวซีแลนด์ ซึ่งบ้านเมืองจะสไตล์เดียวกับอังกฤษ เลยคิดว่าวัฒนธรรมก็น่าจะคล้าย ๆ กัน และผมเชื่อว่าอังกฤษจะมีงานศิลปะที่มีที่ไปที่ไปไม่ใช่งานสมัยใหม่หรือ ป๊อป อาร์ตแบบอเมริกา แล้วผมว่ายุโรปมีเสน่ห์ของศิลปะ

มากกว่า เลยตัดสินใจว่าน่าจะไปปักดวงประสภารณ์จากตรงนี้มากกว่า ดีไลท์ ตอนนั้นอยู่แบบเป็นนักเรียนประจำหรือเปล่า?  
 ภาณุ ครับ ผมอยู่หอพัก โรงเรียนที่ผมเรียนก็เป็นโรงเรียนคริสต์ ตอนเรียนยังต้องแต่งยูนิฟอร์ม มีหลวงพ่อบ้านเรียนง่ายมากเลย  
 ดีไลท์ ประสภารณ์ที่ได้จากที่นิวซีแลนด์มีอะไรบ้างคะ?  
 ภาณุ นิวซีแลนด์เป็นเมืองที่ผมประทับใจมากเพราะผู้คนดี มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ได้ความสงบสุขทางใจมาก ดีไลท์ มีส่วนในการที่ทำให้จิตใจเราโปร่งโล่งพร้อมที่จะไปรับความเป็นศิลปะมากขึ้นหรือเปล่า?  
 ภาณุ ผมว่าไม่นะ เพราะจริงๆ แล้วนิวซีแลนด์ค่อนข้างจะเป็นเมืองที่ห่างจากศิลปะมาก ๆ เลย คือทุกคนจะอยู่กันแบบสบายจริง ๆ เพราะฉะนั้นเมื่อผมตัดสินใจจะเรียนจริง ๆ จัง ๆ ก็ต้องรีบย้ายตัวเองไปอังกฤษไปหารากเหง้าความคิดทางศิลปะ แต่สิ่งที่ได้จากนิวซีแลนด์คือความเป็นอยู่ที่ดี ‘ดี’ ในที่นี้หมายความว่า มีศิลปะในการใช้ชีวิต ไม่ใช่ในด้านของวัตถุนะ แต่เป็นความสงบที่ได้อยู่กับธรรมชาติแท้ ๆ...  
 ...ผมจำได้ว่าเคยไปเยี่ยมอาจารย์สอนศิลปะที่บ้าน ระยะทางไม่ไกลเลย แต่แถวบ้านของอาจารย์จะเป็นป่าทึบ มองจากถนนจะไม่เห็นบ้านเลย เขาจะเลี้ยงแกะอยู่หน้าบ้านด้วย นี่คือชีวิตที่เป็นความประทับใจที่สุดช่วงหนึ่งก็ว่าได้  
 ดีไลท์ เมืองแรกที่ไปอยู่ในประเทศอังกฤษคือเมืองอะไรคะ?  
 ภาณุ เมือง LUTON เป็นเมืองที่อยู่ไกลจากเมืองหลวงไม่มากนัก เป็นเมืองเล็กๆ อีกเหมือนกัน พออยู่ได้สักพักก็รู้สึกว่าจะไม่ไป เพราะเมืองนี้เหมือนนิวซีแลนด์เกินไป ตอนนั้นคิดว่าถ้าจะหาประสภารณ์ก็น่าจะอยู่เมืองที่มีแอ็กชันมากกว่านี้ ทันสมัยกว่านี้ ก็เลยย้ายไปอยู่ลอนดอน

ดีไลท์ ได้เก็บเกี่ยวอะไรจากลอนดอนบ้าง ?  
ภาณุ เยอะแยะเลย อย่างที่ว่าเป็นลอนดอนเป็นเมืองแห่งศิลปะวัฒนธรรมจริงๆ ผมได้อยู่ในวิถีชีวิตของคน การรักษาขนบธรรมเนียมที่นั่น...วัฒนธรรมเหมือนจะแทรกอยู่ในทุกอณูของอากาศเลยทีเดียว

ดีไลท์ รู้สึกได้จากอะไรคะ ?

ภาณุ อืม...อย่างชาวอังกฤษเขาจะต้องทานชาตอนบ่ายกันเป็นเรื่องเป็นราว เช่นกาน้ำชาของเขาต้องมีแบบที่สวยงาม ขนบที่จะเสิร์ฟ แยม ครีมนั้นต้องเป็นแบบเฉพาะเจาะจงเลย คือเป็นความพิถีพิถันในชีวิตมาก

ดีไลท์ ความเจริญทางวัตถุเข้ามารบกวนจิตใจบ้างไหม ?

ภาณุ ไม่หรอกครับ เพราะผมเลือกอยู่ในที่ ๆ สงบ สวยงามอยู่ดี จริง ๆ ที่วิทยาลัยก็มีหอพัก แต่ผมไม่อยู่ พยายามจะหาบ้านเช่าอยู่เพื่อจะตกแต่งเอง ก็ทำแบบเด็ก ๆ นั้นแหละ อย่างไม่ซื้อสิ่งของไม่มาทำได้...ทำเล่นไปตามเรื่อง

ดีไลท์ ค่าเช่าบ้านแพงไหม ?

ภาณุ ก็แพงกว่าที่ทางบ้านอนุญาตให้ละครับ

ดีไลท์ แล้วหาเงินที่ไหนมาซัพพอร์ตตัวเองล่ะคะ ?

ภาณุ ก็ทำงานชิครับ ตอนนั้นรับจ้างล้าง

ชาม ดูพื้นฟูเปอร์มาร์เก็ต ขายปลาทอด

ดีไลท์ ช่วงนั้นการเรียนเป็นอย่างไรบ้าง ?

ภาณุ สนุกครับ เพราะเวลาเรียนอาร์ตไม่ต้องท่องมาก เพื่อนก็มันส์ดี ปาร์ตี้กันบ่อยมาก

ดีไลท์ มีเพื่อนเป็นคนเอเชียบ้างไหม ?

ภาณุ ไม่ค่อยมีครับ พยายามจะอยู่กับฝรั่งให้มาก เพราะเวลาเรามีน้อย เลยอยากศึกษาเขาให้มาก ๆ

ดีไลท์ ชิมซัฟอะไรจากคนอังกฤษบ้าง ?

ภาณุ ได้ความเรื่องมากมั่ง (หัวเราะ) เพราะใคร ๆ ก็ว่าผมว่าจู้จี้ คือติดนิสัยมาอย่างเวลาจะกินจะอยู่จะเรื่องมากคือเวลาผมไปทานอาหาร จะไม่ชอบเลยถ้าจะเอา

“...ผมชอบไปนั่งอยู่แถวจตุรัสของเมือง  
นั่งดูผู้คนเดินไปมา...”



ของหวานมาเสิร์ฟตอนที่ยังไม่เคลียร์โต๊ะ  
อะไรอย่างนี้

ดีไลท์ ได้วิชาความรู้อะไรบ้าง ?

ภาณุ ตอนที่เรียนที่ HARROW เขาก็ถาม  
เหมือนกันว่าอยากเรียนอะไรบ้าง จะเทศ

คอร์สอะไร ผมก็บอกว่า ผมจะไปทำงาน  
โฆษณา ซึ่งจริง ๆ แล้วที่นั่นจะเน้นทาง

ด้าน TYPOGRAPHY คือเน้นการใช้ตัวอักษร  
เพื่องานพิมพ์โดยเฉพาะ สอนการออกแบบ

เพื่อให้ได้เลย์-เอาท์ที่สวยงาม แต่ไม่ให้ความ  
สำคัญที่วิชาการโฆษณา เขาจะ

ค่อนข้างดูถูกงานโฆษณาด้วยซ้ำว่าเป็น  
งานคอมเมอร์เชียล ผมก็เรียนไปจนถึงปี

สุดท้าย ซึ่งเขาจะมีการจัดเอ็กซ์ฮิบชันของ

ผลงานนักศึกษา ช่วงนั้นจะมีสมาคมหลาย  
สมาคมมาตรวจตามโรงเรียน สมาคม

พวกนี้จะเป็นกลุ่มคนที่เป็นที่ยอมรับของ  
ดีไซเนอร์แล้ว แต่ละโรงเรียนก็จะขึ้นทะเบียน

ไว้กับสมาคมเหล่านี้ ตอนนั้นผมเป็นที่  
ยอมรับของเขามาก เขายังแนะนำให้ผม

ไปสมัครทำงานที่เอเจนซีเลย

ดีไลท์ อาจารย์ที่ HARROW เขาว่าการ  
โฆษณาเป็นคอมเมอร์เชียลหรือคะ ?

ภาณุ ครับ คือที่นั่นจะเป็นเมืองที่แอนตี้  
คอมเมอร์เชียลมาก อะไรที่ขายหรือการ

หลอกลวงให้คนซื้อ จะกลายเป็นสิ่งที่ไม่น่า  
เรียนรู้ ที่นั่นจะมีแต่นักเรียนที่เป็นอาร์ต

เป็นพงศ์



“...มีสมัยหนึ่งมีคนแอบอิงฉาเหมือนกัน  
เพราะครีเอทีฟจะเด่นที่สุดเวลามีผลงานออกมา...”



แล้วด้วย  
ดีไลต์ แล้วได้ไปสมัครงานที่เอเจนซีหรือ  
เปล่า ?

ภาณุ ตอนนั้นอยากกลับบ้านมากกว่าครับ  
ดีไลต์ ไม่ได้เที่ยวเลยหรือ ?

ภาณุ เที่ยวครับ ผมจะดูไปเรื่อย ๆ คือผม  
ชอบดูคนมากกว่า ไม่ชอบเข้าพิพิธภัณฑ์  
หรืออาร์ตแกลเลอรีเท่าไร ผมชอบไปนั่ง  
อยู่แถวจตุรัสของเมือง นั่งดูผู้คนเดินไปมา  
ชอบดูความเคลื่อนไหว ความเป็นอยู่ของคน  
ดีไลต์ ดูพฤติกรรมของคนแล้วได้อะไรบ้าง  
คะ ?

ภาณุ มันมาช่วยเราตรงงานโฆษณาได้  
เหมือนกันตรงที่ว่า พฤติกรรมที่เขาเคลื่อนไหว  
ความเป็นไป อากัปกริยา อย่างสังเกต  
ว่าเขามีความสุขอย่างไรกับการมานั่งกิน  
แซนด์วิชตอนกลางวัน เป็นความจำใน  
รายละเอียดที่ได้เอามาใช้กับงานได้อย่าง  
ดีมาก เพราะนั่นคือธรรมชาติของมนุษย์  
ดีไลต์ ความประทับใจที่มีกับชาวลอนดอน  
ล่ะคะ ?

ภาณุ คงเป็นความบ้า กล้าทำของเขา  
เพราะชาวอังกฤษจะเป็นคนเริ่มทำอะไร  
แปลก ๆ ใหม่ ๆ แหกคอกตลอด  
ดีไลต์ ดูจะแย้งกันนะคะกับความที่เขา  
เคร่งครัดในวัฒนธรรม

ภาณุ คือคนอังกฤษจะมีมาดผู้ดีก็จริง แต่  
เขาก็จะยอมรับบางอย่างที่เป็นการพัฒนา  
หรือความแปลกใหม่ได้อย่างความเป็น  
ฟังก์ก็ไม่ใช่เรื่องจี๋เง่าหรือผิดวัฒนธรรม  
มันคือส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิตเท่านั้นเอง  
ดีไลต์ แล้วอังกฤษเขาทำร้ายคุณภาณุ  
บ้างไหม คือมองเห็นด้านมืดของอังกฤษ  
บ้างหรือเปล่า ?

ภาณุ ไม่มีนะ อาจมีที่แตกต่างจากบ้าน  
เราก็ตรงความมืดทึมของอากาศหรือการที่  
ฝนตกตลอดเวลาอย่างถ้าจะไปทะเลก็ต้อง  
ใส่เสื้อโค้ทไป สิ่งเหล่านี้ผมถือเป็นความ  
แตกต่างเท่านั้น ไม่ได้เป็นความไม่ดีอะไร  
ดีไลต์ แล้วสิ่งแรกที่คิดอยากจะทำใน  
เมืองไทยคืออะไร ?

ดีไลต์ แล้วคุณภาณุเป็นฟังก์กับเขาด้วย  
หรือเปล่าคะ ?

ภาณุ (หัวเราะ) ไม่หรอกครับ ผมทำตัว  
ธรรมดาตามมาก ไม่ได้ถูกกลืนไปกับเขาด้วย  
ชีวิตเรียบ นิ่งมาก ออกจะจืดชืดด้วยซ้ำ

ถ้าเปรียบกับวัยรุ่นทั่ว ๆ ไป

ดีไลต์ แล้วงานที่บอกว่าได้รับรางวัลตอน  
นั้นคืออะไรคะ ?

ภาณุ คือจริงๆ แล้วผมยังไม่เข้าใจเหมือน  
กันว่าทำไมเขาถึงเลือกงานผม จำไม่ค่อยได้

ภาณุ พอผมกลับมา คุณแม่ก็กางหนังสือพิมพ์หน้าสมัครงานรออยู่แล้ว (หัวเราะ) ดีไลท์ ก็เลยต้องเริ่มต้นทำงานเลย

ภาณุ ครับ ได้ทำที่บางกอกโพสต์ เป็นอาร์ตสตั๊ดปะอาร์ตเวิร์ก ได้เงินเดือนสองพันห้า ดีไลท์ ทำอยู่นานไหม ?

ภาณุ สองเดือนเอง รู้สึกผิดเหมือนกันที่ทำแค่สองเดือนก็ต้องออก แต่เขาก็บอกผมว่า รู้แล้วว่าอยู่ได้ไม่นานแน่ ๆ...

...ช่วงนั้นพอดีที่บริษัทดิทแฮล์มกำลังรับสมัคร ผมก็ไปสมัคร เอาพอร์ทโฟลิโอไปให้เขาดู ตอนแรกเขายังไม่รับเพราะว่ายังไม่มีตำแหน่ง ช่วงนั้นก็มีการจ้างทรา ยีนามเข้ามาในชีวิตพอดี (ได้หัวเราะสนุกกันอีก เพราะวันนั้นคุณจันทราคือคนที่ไปนั่งสัมภาษณ์ถึงความสำเร็จของเขา หลังจากที่ไม่ได้พบกันหลายปี)...

ดีไลท์ รู้จักกันได้ยังไงครับ? (กอง บก. ที่ไปด้วยตาม)

ภาณุ เราได้พบกันกลางดึกของคืนวันหนึ่ง โดยคุณสนธิ ลิ้มทองกุลเป็นคนแนะนำให้รู้จัก ก็เลยได้งานทำ เป็นอาร์ต ไดเรกเตอร์ของหนังสือดิฉันที่ที่แดงเป็น บก.อยู่ ดีไลท์ การเป็นอาร์ต ไดเรกเตอร์ครั้งแรกนี้เป็นอย่างไรบ้าง ?

ภาณุ โอ๊ย...ตอนนั้นยอมรับว่าไม่มีหลักเกณฑ์เท่าไรเลย คือใช้ดูจากหนังสือฝรั่ง เพราะเราแทบจะไม่รู้เลยว่าจะทำอย่างไรให้หน้าหนังสือดูดี และขาดการเทรนนิ่งด้วย ตอนหลังมาศึกษาจากหนังสือถึงได้รู้ว่าเขามีวิธีคิดกันอย่างไร ต้องพิถีพิถันทั้งการเลือกคนขึ้นปก สักส่วนของคนกับรูปเล่มของหน้าปก เขาศึกษาวิจัยกันนานทีเดียว ดีไลท์ แล้วผลที่สะท้อนกลับจากงานหนังสือตอนนั้นล่ะคะ ?

ภาณุ เขาก็ว่าเป็นหนังสือที่แปลกหูแปลกตากว่าเล่มอื่นๆ กันแล้วนะ แต่สำหรับผมยังถือว่าเป็นการเรียนรู้มากกว่า

ดีไลท์ ได้อะไรจากการทำนิตยสารบ้าง ?

ภาณุ หุุดจริง ๆ แล้วตอนที่ทำหนังสืออยู่ถือเป็นช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อก็ว่าได้ จะรู้ว่า

## “...บางครั้งก็เอางานมาวิจารณ์กันเอง เอางานที่แย่ที่สุดมาโชว์ เราไม่อายเพราะถือเอาความรู้เป็นผู้นำ...”



ได้อะไรก็ตอนที่ไปทำงานโฆษณาแล้ว ถึงได้เห็นความแตกต่างของระบบการทำงาน คือฝรั่งเขาจะทำงานแบบมีระบบ เป็นขั้นเป็นตอนกว่าเยอะ ผมได้เรียนรู้ว่าคุณภาพของงานที่แท้จริง ผมหมายถึงความแตกต่างเท่านั้น ไม่ได้ว่าอะไรคือผิดอะไรคือถูก เพราะการทำงานบางอย่างอาจเหมาะกับลักษณะงานและบุคลากรที่แตกต่างกันไป

ดีไลท์ คุณภาณุเป็นอย่างไรบ้างครับ สมัยที่อยู่ดิฉัน? (กอง บก.หันมาถามอดีต บก. ดิฉันที่นั่งอยู่ข้าง ๆ บ้าง)

จันทรา เขาเป็นคน CLEAN CUT หมายถึงการแต่งตัวแล้วก็เวลาพูดจาด้วยนะ เขายังเคยสอนวิธีพับแขนเสื้อให้ที่เลยว่าต้องพับแบบม้วนเป็นกลม ๆ ขึ้นไปแล้วถึงจะดูดี คงเป็นวิธีแบบที่คนอังกฤษเขาทำกัน อีกอย่างคือเขาเป็นคนที่นิ่งมากในขณะที่ที่เป็นคนไวววาย หรือหว่า เขาจะมีอะไรใหม่ ๆ

มาเสนอตลอด เป็นสิ่งที่ต้องยอมรับ คือดูเหมือนกับว่าเราไม่น่าจะร่วมงานกันได้เลย แต่เราก็ทำงานอย่างเข้าใจกันมากทีเดียว ดีไลท์ แล้วมาเริ่มต้นที่ดิทแฮล์มด้วยตำแหน่งอะไรคะ ?

ภาณุ เริ่มที่อาร์ต ไดเรกเตอร์ จริง ๆ แล้วตอนนั้นผมยังไม่รู้ด้วยซ้ำว่างานโฆษณาที่แท้จริงคืออะไร เข้ามาครั้งแรกเขาก็ให้ทำเลย์-เอาต์โฆษณาหนังสือพิมพ์ แรก ๆ จะเน้นด้านศิลปะอย่างเดียว คือรู้แต่เพียงว่าจะวางรูปอย่างไรให้สวย จะสรุปรูปอย่างไรให้ดูดี

ดีไลท์ อยู่ในตำแหน่งนี้นานไหม ?

ภาณุ สามปีครับ

ดีไลท์ คิดว่าได้อะไรบ้าง ?

ภาณุ ได้ครุติ ได้ทำงานที่ละเอียดอ่อนขึ้น คิดมากขึ้น เพราะผมเป็นอาร์ต ไดเรกเตอร์ เข้าไปนั่งทำงานในห้องครีเอทีฟ ไดเรกเตอร์ ได้ทำงานประกบกันตลอดกับคุณอเล็กซ์

# “...ผมเคยเจอขนาดที่ถูกค้าขายเลย-เอาที่ทิ้งเลย...”



กอสลาร์ (MR. ALEX GOSLAR)

ดีไลท์ แล้วทำอย่างไรเขาถึงยอมสอนงานให้มากมาย คือเราเข้าไปใกล้เขาได้อย่างไร? ภาณุ คงเป็นเพราะเขาเห็นแววมิ่ง..(หัวเราะ) คือผมได้นั่งทำงานกันเป็นกลุ่มกับเออี กับ ครีเอทีฟ กับฝ่ายศิลป์ตลอด เวลากินข้าว เขาก็จะถกปัญหากัน พูดถึงลูกค้า วิเคราะห์ โพรดักส์ เราก็เลยได้รับรู้ไปกับเขา มีความรู้เพิ่มขึ้นโดยอัตโนมัติ ทำให้เราตอบคำถามเจ้านายได้ คงเป็นตรงนี้มีมากกว่า ดีไลท์ หลังจากสามปีก็ได้รับแต่งตั้งเลยหรือ?

ภาณุ ครับ พอที่คุณอเล็กซ์เขาออก ผมก็เลยได้เลื่อนเป็น แอสซิสแทนต์ ครีเอทีฟ ไดร็กเตอร์ ซึ่งตอนนั้น ครีเอทีฟ ไดร็กเตอร์จะแอกดิงโดยคุณเดวิด (MR. DAVID LANDER) เป็นกรรมการผู้จัดการซึ่งเคยเป็น ครีเอทีฟมาก่อนเหมือนกัน ดีไลท์ อายุเท่าไรคะตอนนั้น?

ภาณุ เด็กมากครับ แต่คุณเดวิดจะส่งเสริมผมตลอด ในขณะที่ผมยังอ่อนหัดมากกับลูกค้าบางราย แต่คุณเดวิดจะไม่เคยทิ้งผมเลย เขาคุยจิกกับผมเสมอว่า เชื่อซิว่า เขาเลือกคนไม่ผิดหรอก นึกถึงแล้วยังเขิน ๆ ตอนที่ไปพรีเซนที่งานกับลูกค้าฝรั่ง ผมตื่นเต้นมากเลย ดีไลท์ ถึงตรงนี้ก็คิดว่าได้ประสบการณ์อะไรจากงานโฆษณาบ้าง?

ภาณุ ไม่ต้องพูดถึงรางวัลนะครับ ผมว่าผมโชคดีที่ได้อยู่กับคนเก่ง ได้ทำงานกับกลุ่มคนที่ดีที่เก่งที่มาช่วยส่งเสริมเรา ผมมีคุณอเล็กซ์เป็นครูที่ดี...ผมมีคุณเดวิดที่เปิดใจกว้าง ทำให้เราทำงานที่ได้ออกมาได้ สนับสนุนเรามาก ไม่แคร์เรื่องเงินมากนัก เป็นคนที่ต้องการให้เอเจนซีเป็นครีเอทีฟเอเจนซีจริงๆ...

...ผมได้รู้จักกับคุณคทา สุทัศน์ ณ อยุธยา จากสยามสตูดิโอ ซึ่งก็เป็นอีกคน

ที่บุกเบิกการผลิตงานโฆษณาในรูปแบบใหม่ๆ เขาสอนผมหลายอย่าง...ผมมีโพรวินเซอร์ เจ๋งๆ อย่างคุณภรณ์ เจตสมมา ที่ทำทาบ บ้าบิ่น และยังทีมงานอีกหลายคน คือคนที่อยู่รอบตัวผมเป็นอย่างนี้ทั้งนั้น ผมก็เลยมีผลงานที่ดี เหมือนพลอยคิดร่างแหกับเขาไปด้วย

ดีไลท์ บรรยายภาพการทำงานปัจจุบันล่ะคะ?

ภาณุ ที่นี้จะรักษาความเป็นครีเอทีฟ เอ-เจเนซึ่มมาตลอดตั้งแต่ครั้งที่ยังเป็นลิโอ เบอรัเนทท์ ดิกแฮล์ม จนมาเป็นลิโอ เบอรัเนทท์ ในปัจจุบัน...

...มีสมัยหนึ่งมีคนแอบอิจฉาเหมือนกัน เพราะครีเอทีฟจะเด่นที่สุดเวลามีผลงานออกมา ซึ่งตอนหลังก็ต้องมาทำความเข้าใจกันใหม่ แต่ก็เคลียร์กันได้ครับ

ดีไลท์ มองงานโฆษณาจากวันที่ยังเป็น ดิกแฮล์มถึงวันนี้ว่าเปลี่ยนไปอย่างไรบ้าง? ภาณุ ไม่ต่างกันเลย คือคนที่อยู่ในสมัยนั้นแล้วยังทำมาจนถึงปัจจุบันก็มีอีกหลายคนที่ยังเป็นแก๊งลิโอ เบอรัเนทท์ได้ยึดและเติบโตขึ้น ไม่ว่าจะเป็นคุณประดิษฐ์ รัตนวิจารณ์, คุณภรณ์ เจตสมมา, คุณปิยะ ปิยะจักร ชลลารักษ์ และคุณพรศิริ โรจน์เมธา ซึ่งเป็นคนเก่าแก่งั้น ตัวผมเองก็สามารถเก็บเอาสิ่งดี ๆ ในสมัยนั้น แล้วต่อเนื่องมาได้จนถึงตอนนี้

ดีไลท์ ขอทำความเข้าใจที่เนื้องานอีกนิดนะคะ เกี่ยวกับการหาบิก โอเดียของที่นี่ ภาณุ คือ...คนที่ทำงานครีเอทีฟได้ดีจะต้องเป็นคนเปิดหูเปิดตาตัวเอง ชยันเก็บข้อมูล จะต้องรวบรวมภาพ ความคิดและอารมณ์ของคน แอบดูเขาไปเรื่อย ๆ เช่นบางครั้งเราต้องมาทำโฆษณาผ้าอนามัย ซึ่งเราไม่เคยใช้มาก่อนเลย แต่เมื่อเราจำได้ว่าเวลาผู้หญิงเขามีประจำเดือน เขารู้สึกกันอย่างนั้นๆ การที่เราเก็บข้อมูลต่าง ๆ ไว้ สักวันเราจะต้องได้ใช้แน่ ๆ เพราะมีสินค้าในตลาดมากมายหลายประเภท มาให้เราคิด ให้ทำโฆษณาให้เขา...จากนั้น

จึงจะเอามาทำแคมเปญ คือการเอาไอเดีย  
ไปสร้างเรื่องนั่นเอง

ดีไลต์ มีวิธีการกระตุ้นเร้าใจลูกน้องอย่างไร  
เมื่อมีการเบรน สตอร์มกัน

ภาณุ ที่นี้มีความคิดหลักอยู่อย่างหนึ่งว่า  
'ไม่มีอะไรที่ตีพอ' คือถ้าทุกคนคิดอย่างนี้  
ได้ก็จะทำงานได้ดีขึ้นเรื่อยๆ ตรงนี้เกิดจาก  
คำสอนของคุณบุลีโอ (MR. LEO BURNIETT)  
ท่านจะเป็นก๊อบปี้ตัวจริง มีคำเด็ดๆ สอน  
ชาวลิโอ เบอร์เนทท์ว่า "อย่าคิดว่าสิ่งที่ตน  
ทำไปแล้วมันดีพอลแล้ว ถ้าคิดอย่างนั้นเมื่อไร  
ก็เสร็จเมื่อนั้น" นั่นเป็นสิ่งที่ทำให้คนที่นี่  
บ่นว่างานหนัก คือไม่รู้จิกจบง่ายๆ จะ  
เกี่ยวข้องนานมาก

ดีไลต์ แสดงว่าคนที่ทำงานนี้ต้องรัก  
งานโฆษณาสุดหัวใจเลย

ภาณุ นี่แหละที่สำคัญ การเลือกคนมาทำ  
ตรงนี้จึงสำคัญมาก เพราะถ้าคนๆ นั้น  
พูดภาษาเดียวกับเรา เข้าใจตรงกับเรา  
ความคิดเดียวกับเรา ก็สบาย ไม่ต้องพูด  
มาก นิดเดียวก็เข้าใจกันแล้ว

ดีไลต์ ก็เลยไม่ต้องออกกุศโลบายให้ตื่นเต้น  
เร้าใจกันเท่าไร

ภาณุ ก็มีเหมือนกัน บ่อยครั้งที่เราไปรวม  
กัน ฉายหนังฝรั่งที่ดีให้ดู ดูให้สลดใจว่า  
ทำไมเขาถึงทำได้ (หัวเราะ) บางครั้งก็เอา  
งานมาวิจารณ์กันเอง เอางานที่แย่ที่สุดมา  
โชว์ เราไม่อายเพราะถือเอาความรู้เป็น  
ผู้นำ

ดีไลต์ ทำอย่างนั้นกันบ่อยไหม ?

ภาณุ ทุกๆ สามเดือน ถ้างานกว่านี้ก็กลัว  
จะหมดไฟซะก่อน

ดีไลต์ แฟ็กเตอร์ที่เป็นอุปสรรคหรือสนับสนุน  
ให้งานออกมาดีล่ะคะ ?

ภาณุ โชคมั่ง (หัวเราะ)...ก็ทีมดีใจครับ  
ผมไม่รู้ว่าที่อื่นเป็นยังไงนะครับ แต่ที่นี้ ถ้า  
ใครอยากมาสมัครงานก็มาได้ เพราะทีม  
ดีมาก (หัวเราะอย่างสนุกสนาน) คือไม่ว่า  
คุณจะไปไหนที่ไหน ก็เจอแต่คนที่  
คิดเหมือนกันหมดคืออยากทำงานออกมา  
ดี ๆ นี่คือสิ่งที่ทำให้สบายใจกันไปส่วน

“...ถ้าอ่อนไหวมาก ๆ ก็จะอยู่ตรงนี้ไม่ได้  
เพราะมีเรื่องต้องร้องไห้กันเยอะ...”



หนึ่ง คือไม่ต้องมานั่งสู้กันเองในบริษัท  
ดีไลต์ ทำอย่างไร จึงเป็นทั้งอาร์ต ได-  
เร็กเตอร์และก๊อบปี้ ไรเตอร์ที่ได้รางวัลทั้ง ๆ  
ที่ก๊อบปี้ตัวจริงบางคนยังทำไม่ได้เลย ?

ภาณุ สิ่งที่ผมเขียน ผมก็เขียนไปเรื่อย คง  
เป็นเพราะไม่มีใครมาเขียนซ้ำมั้ง แต่ก็ไม่ได้  
หวังว่าจะได้รางวัลอะไรหรอก แต่พอได้ก็ดี  
(หัวเราะ)

ดีไลต์ แล้วทำไมลิโอ เบอร์เนทท์ จึงรักษา  
มาตรฐานของงานได้ตลอดทั้งที่บริษัทอื่น  
มีชิ้น ๆ ลง ๆ ?

ภาณุ เพราะทีมที่มีจุดหมายเดียวเป็นสำคัญ  
อีกอย่างคือเรามีมาตรฐานการควบคุม  
คุณภาพหลายขั้นตอนมาก บางครั้งก็ปวดหัว  
เหมือนกัน แต่ผมว่าแต่ละขั้นตอนนี้สำคัญ  
มาก คือเราจะมีการรีวิวของทุกขั้นตอน  
ทั้งครีเอทีฟ รีวิว เออี มีเดีย และฟิอาร์  
คือเราต้องขายกันเองให้ได้ก่อน จึงจะเอา  
ไปขายให้ลูกค้า จะมีกลุ่มที่ทำรีเสิร์ชเข้ามา

นั่งในฐานะประชาชนเพื่อวิจารณ์ว่ากลยุทธ์  
นี้ถูกต้องมั๊ย มีเครื่องกรองหลายชั้น ไม่เคย  
ให้งานหลุดออกไปง่าย ๆ งานแต่ละชิ้นจึง  
ไม่ถือว่าเป็นงานของคนใดคนหนึ่ง เพราะ  
มันเกิดจากความต่อเนื่องและภาพรวมที่  
ชัดเจน เวลาได้รางวัล ทุกคนก็จะรู้สึก  
ได้ว่ารางวัลไปพร้อม ๆ กัน เพียงแต่คนที่ขึ้น  
ไปรับรางวัลจะเป็นเหมือนตัวแทนบริษัท  
เท่านั้น

ดีไลต์ ซึ่งทุกคนก็ต้องเปิดใจให้กว้าง แล้ว  
คนที่เขามั่นใจในตัวเองมาก ๆ นี้เขาจะรับ  
ได้ไหม ?

ภาณุ ที่นี้มีวัฒนธรรมมานานมากแล้ว ใคร  
จะเข้ามาอยู่ที่นี่ก็ต้องโตไปแบบนี้ เพราะ  
จะมันจึงไม่มีใครเป็นพระเอกหรือนางเอกที่มี  
เพียงคนเดียว ทุกสิ่งมาจากการทำหน้าที่  
ตัวเองได้ดีที่สุดทั้งนั้น

ดีไลต์ ลักษณะงานโฆษณาที่ดีเป็นอย่างไร  
ล่ะ ?

“...การที่เราตัดกิเลสได้ เข้าไปอยู่ในวัดเล็ก ๆ ในห้องที่มีเนื้อที่แคบ ๆ มีเพียงเสื่อผืน หมอนใบ ก็ทำให้รู้สึกว่าคุณชีวิตคนจริง ๆ มีแค่นั้นก็อยู่ได้...”



ภาณุ คืองานที่ไม่หิวหาวมาก ไม่โอดแต่ก็ไม่ตาย คือถ้าทำเรื่องไหนเด่นก็จะเด่นออกมา โดยที่บางเรื่องใช้ไม่ได้เลย อย่างนี้ผมถือว่าไม่ใช่มืออาชีพ ที่นี้ถ้าเราพูดกันว่า ลักษณะของแคมเปญระยะยาวก็ต้องคิดว่าจะสร้างความต่อเนื่องได้อย่างไร เช่นเมื่อก่อนเราทำแคมเปญของลูกอมชอลล์ก็จะ ‘ชอลล์ เย็นซ่า ชุ่มคอ’ มีคนยื่นที่นำटकเป็นสัญลักษณ์ที่ขายได้ หรือ ปตท.ที่ยกอิมเมจขึ้นมาและทำให้คนยอมรับได้ระยะยาว หรือนิเวียที่มีคอนเซ็ปต์สำหรับหญิงสาวที่สาวเต็มที่ให้ต่างจากจอห์นสันที่มีเฉพาะกลุ่มเด็ก ๆ ตำแหน่งที่เราวางให้กับตัวสินค้าก็ต้องชัดเจนระยะยาว ไม่ใช่คิดแค่เสร็จไปเป็นอัน ๆ

ดีไลต์ มีวิธีการขายงานอย่างไรในขณะที่งานบางชิ้นเป็นอาร์ตมาก ๆ ?

ภาณุ เรื่องนี้สำคัญนะะ ผมว่าการที่จะ

เป็นครีเอทีฟได้ดี จะต้องยอมรับอย่างหนึ่งว่า คุณต้องเผชิญกับอะไรบ้าง เพราะการที่คุณเป็นนักคิดอย่างเดียว มีไอเดียดี ๆ มาเสนอมากมาย เท่านั้นยังไม่พอคุณจะต้องรู้จักวิธีที่จะขายไอเดียของคุณให้ได้ด้วย ที่นี้ก็มีการทำเวิร์กชอปอยู่เรื่อย มีการทำสเกดวลสกีล (SCHEDULE SKILL) พยายามที่จะให้ครีเอทีฟขายงานด้วยตัวเองให้ได้

ดีไลต์ เราต้องสนใจลูกค้าอย่างไรคะ ?

ภาณุ ไม่ใช่ความคิดอย่างนั้นนะครับ ตัวเราเองต้องทำในสิ่งที่ลูกค้าต้องการมากกว่าที่จะทำให้เขาพอใจในความคิดของเรา คือในภาษาอังกฤษยังมีคำว่า ‘WANT’ กับ ‘NEED’ ตัวแรกคือความต้องการอย่างผิวเผิน แต่ตัวที่สองจะต้องได้มา เพราะฉะนั้นเราจะต้องดูว่าเขาต้องการอะไรก่อน บางครั้งลูกค้าอาจคิดว่าอยากได้ออย่างนั้นอย่างนี้ แต่จริงๆ แล้วไม่ใช่ ตรงนี้ต้อง

อาศัยประสบการณ์ชี้ให้เห็นว่า จริง ๆ แล้วเขาต้องการอะไร ไม่ใช่เอาแต่ตั้งหน้าตั้งตาขายอย่างเดียว....

...เราต้องค่อย ๆ ปูทางความเข้าใจให้ลูกค้าก่อน ต้องรู้ใจเขา รู้คำตอบแล้วจึงบอกเขาว่าจะขายอะไร พอถึงเวลาตัดสินใจ ก็ให้เขาคัดสินใจเอง ไม่ใช่ไปจูงใจหรือบังคับให้เขาซื้อ เพราะความตั้งใจจะมีอยู่ในงานอยู่แล้ว

ดีไลต์ แล้วเคยทะเลาะกับลูกค้าหรือเปล่า? ภาณุ บ่อยมาก ไม่ใช่ว่าผมขายเก่งเสมอไปนะ มันก็มีเหมือนกันว่า ลูกค้าเราจะมีข้อกำหนดในใจมาก ต้องใช้วิธีค่อย ๆ ใช้เวลาเปลี่ยน เช่นเราอาจทำตามที่เขาคิดว่าเขาอยากได้แล้วชี้ให้เห็นว่ามีข้อเสียอะไรแล้วค่อย ๆ เปลี่ยนให้เขาเห็น

ดีไลต์ กรณีไหนที่เป็นบทเรียนที่หนักที่สุด? ภาณุ กับลูกค้า...คงพูดไม่ได้มั้ง เอาเป็นว่าผมเคยเจอขนาดที่ลูกค้าขยำเลย เอาที่ทั้งเลย แต่มันทำให้เรามีพลังนะ อยากเอาชนะเขาให้ได้ เคยถูกปฏิเสธก็บ่อย ก็สู้ไปเรื่อย ๆ เตี่ยวลาออกแล้วจะไปจัดการ (หัวเราะ)

ดีไลต์ อยากรู้ว่าอาร์ต ไต่เขามือถือก็กันขนาดไหนเวลาถูกขยำงาน ?

ภาณุ มีกันหลายแบบนะ อย่างในเมืองนอกมีขนาดที่ขู่ลูกค้าว่าจะกระโดดหน้าต่าถ้าไม่ซื้องาน

ดีไลต์ แล้วคุณภาณุเคยใช้กลยุทธ์นี้หรือเปล่า ?

ภาณุ ไม่ครับ กลัวเขาให้กระโดดลงไปจริง ๆ (หัวเราะ)

ดีไลต์ เท่าที่เล่ามานี้ ไม่ถ่ายเลยนะคะกับการขายงานให้ได้สักชิ้นหนึ่ง

ภาณุ หนักเอาการทีเดียว ใช้พลังงานเยอะมาก ต้องคิดกันตึก ๆ ตึน ๆ หลายตลบ

ดีไลต์ แล้วไอเดียจะไหลออกมามากที่สุดตอนไหนคะ ?

ภาณุ บางครั้งก็เวลาที่บึ่งกับอะไรสักอย่าง อาจมาจากสิ่งแวดล้อม หรือสิ่งที่อยู่ในสมองของเราเอง แต่บางทีก็ต้องใช้หลักเหตุผลเข้าประกอบ อย่างผมนี่ต้องไปต่าง

ประเทศทุกปี ไปซาร์จแบตเตอร์นี่ะครับ ดีไลท์ ความอ่อนไหวของศิลปินใช้กับงานโฆษณาได้ไหม ?

ภาณุ มันมีประโยชน์ที่การรับรู้ความเปลี่ยนแปลงได้ง่ายกว่า แต่ถ้าอ่อนไหวมาก ๆ ก็จะไม่ตรงนี่ไม่ได้ เพราะมีเรื่องต้องร้องไห้กันเยอะเวลาขายงานไม่ได้ วิทยุรุ่นอาจมองงานครีเอทีฟว่าเป็นงานที่เท่ ทำแล้วรวยเร็ว หรือหว่า แต่จริง ๆ แล้วอยากให้อ่านหนัก ได้เงินมาเยอะจริงแต่กว่าจะได้มีขายลำบากมาก

ดีไลท์ เคยผิดหวังกับงานบ้างไหม ?

ภาณุ ก็มีหลาย ๆ เรื่อง เช่น บางทีเราคิดว่างานเราดี แต่กลับขายไม่ได้ เพราะเราตั้งความหวังไว้สูงเกินไป บางทีก็เปลี่ยนโมเมนต์ เปลี่ยนนี่จนเสียคอนเซ็ปต์ไปเลยก็มี ดีไลท์ ในวงการโฆษณาด้วยกัน ขึ้นชมใครเป็นพิเศษบ้าง ?

ภาณุ MR. BARRY OWEN ผมว่าเขาเป็นคนที่มีความคิดลึกซึ้งและเป็นคนที่สอนผมมาก ผมไม่เคยทำงานกับเขานะ แต่จากการฟังกิตติศัพท์แล้วก็นับถือ เขาสอนผมด้วยงานที่ปรากฏ เขาเป็นคนแรกที่ไม่ดูถูกงานโฆษณา และสามารถจะทำให้โฆษณาเมืองไทยเป็นที่ยอมรับขึ้นมาได้

ดีไลท์ เคยเจอตัวจริงเขาไหม ?

ภาณุ เคยครับ ผมว่าเขาเป็นฝรั่งที่น่าจะเกิดที่เมืองไทยด้วยซ้ำ

ดีไลท์ คนอื่นมีอีกไหม ?

ภาณุ ก็มีคุณศุภา สุกัญญา คุณ อัยยง อัยยงอีกคนที่มองว่าเขาเป็นนักคิด เป็นคนที่มีกลยุทธ์ สามารถผลิตงานที่มีคุณภาพได้จริง ๆ อย่างแคมเปญ ปตท.นี่ก็ทำมาด้วยกัน คือเขาสามารถเอางานของครีเอทีฟไปปรับเซนท์ให้ออกมาตามที่เรารจินตนาการได้

ดีไลท์ แสดงว่าส่วนใหญ่จะเลือกให้สยามสตูดิโอผลิตงาน

ภาณุ ใช่ครับ เพราะเขาเป็นบริษัทที่อยากทำงานดี ๆ เหมือนกัน กว่าจะได้หนึ่งแต่ละเรื่องทำไม่รู้ก็รอบเราทำงานจนรู้จักกันแล้ว

“...ผมฝากบอกเลยว่า สำหรับคนรุ่นใหม่ การบวชเป็นสิ่งที่ดีมาก การบวชให้พ่อแม่เป็นเรื่องที่น่าทำอย่างยิ่ง...”



ก็เลยสะดวกที่จะร่วมงานกัน

ดีไลท์ มีความเห็นอย่างไรบ้างกับงานในปัจจุบัน ?

ภาณุ วงการตอนนี้ดีขึ้นสำหรับคนรุ่นใหม่ งานก็สบายขึ้น แต่การที่วงการนี้โตเร็วเกินไปอาจจะทำให้ขาดมาตรฐานที่มันคง ผมกลัวว่า ถึงวันหนึ่งวงการนี้จะคลอนแคลน เพราะเป็นช่วงเวลาของคนที่ยึดพื้นฐานแห่งความยากลำบากมาบริหาร

ดีไลท์ แล้วเราควรจะทำรากฐานอย่างไรล่ะคะ ?

ภาณุ ก็อย่ามองงานโฆษณาเป็นแฟชั่น หลักการโฆษณาที่ดีมีอยู่แล้ว มีจรรยาบรรณควบคุม การโปรโมทกันเร็วเกินไปจะทำให้เกิดข้อเสียในวงการโฆษณาได้...

...มีอยู่พักหนึ่ง ประเทศเพื่อนบ้านมองโฆษณาไทยว่ามีคุณค่า โดยเฉพาะงานโทรทัศน์ แต่หลัง ๆ เขาเริ่มจะขงหน้าเราไปแล้ว

ดีไลท์ ใช้อะไรตัดสินว่า โฆษณายั่งยืน

มีรสนิยมคะ ?

ภาณุ ผมคิดว่าอยู่ที่ความตั้งใจ ถ้าเราละเอียดอ่อนกับมัน ตั้งใจทำ ก็เท่ากับเดิม คุณค่าและกำลังสร้างรสนิยมเข้าไปในงานอยู่แล้ว

ดีไลท์ ทำไมพรีนธ์ แอด ในบ้านเราไม่พัฒนาเหมือนทีวี แอด ?

ภาณุ เพราะทุกคนไปให้ความสำคัญกับโฆษณาทางโทรทัศน์มาก ทุ่มงบประมาณกัน รางวัลที่มีให้ก็จะเน้นไปที่ทีวี อะไรที่ไม่ดีก็จะมาลงที่พรีนธ์ฯซะ บางทีพรีนธ์ฯ แอดเลยเหมือนกองขยะ

ดีไลท์ แล้วจะปรับปรุงอย่างไร ?

ภาณุ เราพยายามอยู่ครับ แล้วก็กำลังพัฒนาทั้งรูปแบบ ตัวเรียง ตัวพิมพ์ ผมเคยได้รางวัลโฆษณาของอาเซียน อออร์ดมาครั้งหนึ่ง คิดว่าต่อไปคงต้องดีขึ้น

ดีไลท์ กับงานโฆษณารวม ๆ จะมีการพัฒนาอย่างไร ?

ภาณุ งานอยู่ที่คนทำในแต่ละเอเจนซี่ว่า

“...คือผมอาจจะแต่ง แต่ไม่คิดว่าจะมีลูก ผมค่อนข้าง  
สงสารเด็กที่เกิดมาในโลกนี้ด้วยซ้ำ...”



จะปล่อยให้งานโฆษณาเป็นไปแบบตัวใคร  
ตัวมันหรือเปล่า กับเด็กรุ่นใหม่ คุณให้  
เวลาเค้าแค่ไหน อธิบายให้เขาเข้าใจถึง  
หลักเกณฑ์ของโฆษณาที่ดีหรือเปล่า ตรงนี้  
ผมว่าสำคัญ ซึ่งน่าเป็นห่วงมาก เพราะ  
งานโฆษณาไม่ใช่ว่าเข้ามาแล้วจะโปรอด  
ทุกคน ต้องยอมให้รุ่นที่สอนเยอะ ถ้าทำ  
แบบหิวๆ หวาๆ ก็จะเป็นดาวรุ่งได้ไม่นาน  
เดี๋ยวก็จะตก

ดีไลท์ อยากเป็นผู้กำกับภาพยนตร์ไหม ?  
ภาณุ ไม่อยากเลยครับ จริงๆ เค้ายึดกันนะ  
เพราะทำภาพยนตร์โฆษณาแล้วรวย ถอย  
รถใหม่ๆ ออกมากันเป็นแถว

ดีไลท์ แล้วทำไมไม่ชอบล่ะคะ ?  
ภาณุ ผมว่ามันคนละประเภทนะ คนที่จะ  
เป็นผู้กำกับต้องรัก การ ประคิดประคอบ  
ต้องรักกล้อง การวัดแสง การถ่ายภาพ  
ซึ่งผมไม่ชอบ

ดีไลท์ ถ้ามีคนบอกว่า คุณเป็นมิสเตอร์  
ลีโอ เบอร์เนทท์กลับชาติมาเกิดล่ะคะ ?

ภาณุ โอ๊ย...ผมไม่กล้าคิดหรอกครับ มัน  
เวอร์ไป

ดีไลท์ คุณชื่นชมอะไรในตัวมิสเตอร์ลีโอ  
เบอร์เนทท์บ้าง ?

ภาณุ ชื่นชมมาก เพราะเขาเป็นคนที่ชื่นชม  
ผลงานตัวเองเป็นอันดับหนึ่งเลย รักงาน  
โฆษณาเป็นชีวิตจิตใจ ทุ่มแท็กงานเหมือน  
ชีวิต ทำงานเพราะรักจริงๆ ไม่เคยมองว่า  
เป็นธุรกิจเลย เขาไม่ใช่คนโฆษณาที่เป็น  
แบบ WALLSTREET TYPE เขาเป็นคนแก่ๆ  
อ้วนๆ เตี้ยๆ คนหนึ่งแต่ทำทุกอย่างออก  
มาจากใจจริงๆ มีสไตล์การทำงานที่ไม่  
หรือหวา เป็นแม่แบบของการทำงานที่นี้  
มาตลอด อย่างงานโฆษณา MARLBORO  
COWBOY นี่ก็เป็นแคมเปญที่ยาวนานมาก  
เขาคิดให้งานออกมาดูเรียบๆ แต่อมตะ  
แล้วก็เป็นบุหรืที่มียอดขายที่สุดในโลกก็ว่าได้  
ยังมีอีกหลายงานที่เขาสร้างชื่อไว้อเมริกา

ดีไลท์ คุณภาณุอยู่ที่นี้มากี่ปีแล้วคะ ?  
ภาณุ สิบห้าปีครับ

ดีไลท์ ทำไมอยู่ได้นานนัก เพราะคน  
โฆษณาส่วนใหญ่จะย้ายที่กันบ่อย ?

ภาณุ คือผมจะพยายามรอบล้อมตัวผม  
ด้วยคนที่เข้าใจกัน เชื่อมั่นกัน และผมก็มี  
ตรงนี้แล้ว ไม่จำเป็นต้องไปเริ่มที่อื่นใหม่  
เพราะถ้าไปก็ต้องไปสร้างบุคลากรขึ้นมา  
อีก...เพื่ออะไร?...ในเมื่อผมมีทีมที่ได้อยู่ตรงนี้  
แล้ว

ดีไลท์ ตำแหน่งปัจจุบันคืออะไรคะ ?

ภาณุ เป็นประธานกรรมการบริษัท และ  
เอ็กซีคิวทีฟ ครีเอทีฟ ไดเรกเตอร์ครับ  
ดีไลท์ ต่างกันอย่างไรคะระหว่างเอ็กซี-  
คิวทีฟ ครีเอทีฟ กับ ครีเอทีฟ ไดเรกเตอร์ ?  
ภาณุ คือเมื่อก่อนจะมีครีเอทีฟ ไดเรกเตอร์  
คนเดียว แต่เมื่อมีคนเก่งๆ ได้รับการ  
โปรโมทขึ้นมา ผมก็ต้องเขียนมาทำหน้าที่  
บริหารมากขึ้น มีหน้าที่เข้าประชุมในเอ็ก-  
ซีคิวทีฟ คอมมิตตี และคุมแผนกครี-  
เอทีฟอีกที

ดีไลท์ เคยมีคนมาขอซื้อตัวไหม ?

ภาณุ มีครับ แต่ไม่ไป

ดีไลท์ ไม่มีเป้าหมายอื่นในชีวิตเลยหรือ ?

ภาณุ การที่เราทำทนายตัวเอง ทำให้เป้า  
หมายที่ตั้งไว้ยังมีต่อไปอีก แต่ผมก็คงต้อง  
มีวันหยุดนะ คือถ้าผมได้รางวัลที่เมือง  
คานส์ (หมายถึงการประกวดโฆษณา  
ประจำปีในเมืองคานส์ ประเทศฝรั่งเศส)  
ถึงตอนนั้นผมอาจจะหยุดก็ได้

ดีไลท์ ตอนนี้อายุเท่าไรแล้ว ?

ภาณุ สามสิบแปดครับ

ดีไลท์ แล้วที่ไปบวชเพราะอะไรคะ ?

ภาณุ ตอนแรกก็คิดจะบวชให้คุณพ่อคุณแม่  
เฉยๆ แต่มีอีกส่วนหนึ่งที่ยังติดอยู่ในใจก็คือ  
ผมยังไม่เคยรู้เรื่องศาสนาจริงๆ จังๆ เลย  
จึงคิดว่าน่าจะศึกษาดูจริงๆ จากของจริง  
คือการบวช แล้วก็ได้อะไรมาเยอะมาก  
บวชแล้วยังเขียนประสบการณ์มาติดบอร์ด  
ฝากเพื่อนร่วมงานอ่านกันเลย อยากอ่าน  
ไหม เดี่ยวจะหาสำเนามาให้

ดีไลท์ ดีอิชะ จะได้นำมาฝากผู้อ่านบ้าง

ภาณุ โอ๊ย...เดี๋ยวจะเวอร์ไปหรือเปล่านั้น

ดีไลท์ ไม่ห rokok ค่ะ อยากรู้เหมือนกันว่า  
บวชครั้งนี้ คุณภาณุได้อะไรกลับมาบ้าง ?  
ภาณุ ผมโชคดีที่ได้เจอวัดที่ดีมาก คือ  
วัดสนามใน เป็นวัดป่าเล็กๆ ไม่วุ่นวาย...

...เมื่อไปอยู่แล้วก็รู้ว่าสิ่งที่เราคิด  
ก็เลยได้ เข้าไปอยู่วัดเล็กๆ ในห้องที่มี  
เนื้อที่แคบๆ มีเพียงเสื่อผืน หมอนใบ ก็  
ทำให้รู้สึกได้ว่า ชีวิตคนจริงๆ มีแค่นั้นก็อยู่  
ได้ ไม่ต้องการอะไรมากกว่านั้นเลย นั่น  
เป็นสิ่งที่ทำให้ได้รู้ถึงความต่างของโลก  
ที่เต็มไปด้วยความอยาก มีแล้วก็อยากได้  
ได้แล้วก็อยากได้ขึ้นไปอีก ซึ่งมันตรงกัน  
ข้ามกับงานที่ทำอยู่ตอนนี้เลย ตอนนี้อยู่แล้ว  
ว่าก็เลย อยู่ที่ใจจริงๆ

ดีไลท์ ความรู้แจ้งในสังขารสามารถ  
กำหนดความคิดเราได้ไหมเมื่อมันขัดแย้งกัน  
รุนแรงอย่างนี้ ?

ภาณุ ต้องปรับตัวมาก เพราะเหมือนกับสิ่ง  
ที่ทางโลกบอกไว้ดี แต่ทางธรรมบอกว่าไม่ดี  
เวลาทำงานโฆษณาต้องบอกตัวเองว่า อย่า  
พอใจกับงานที่ทำไปแล้ว แต่ทางธรรมจะ  
บอกว่าอย่าทะเยอทะยาน ให้รู้จักพอ

...สิ่งที่ได้กลับมา คือผมจะคิดได้ว่า  
บางสิ่ง ถ้าเราไม่ได้มา ก็ไม่ตาย คือรู้จัก  
เดินสายกลางนั่นเอง

ดีไลท์ คุณพ่อคุณแม่ก็ปลื้มแม่ซิคะ ?

ภาณุ ครับ ผมฝากบอกเลยว่า สำหรับ  
คนรุ่นใหม่ การบวชเป็นสิ่งที่ดีมาก การ  
บวชให้พ่อแม่เป็นเรื่องที่น่าทำอย่างยิ่ง  
ดีไลท์ การที่ชีวิตมีงานดี มีเพื่อนดี มี  
โอกาสดี ๆ ถือว่าประสบความสำเร็จหรือ  
ยัง ?

ภาณุ ใคร ๆ เขาก็มองว่าผมประสบความสำเร็จ  
แล้วมั้งครับ

ดีไลท์ แล้วเรื่องหัวใจละ ?

ภาณุ (หัวเราะ แต่ไม่ยอมตอบ)

ดีไลท์ เราจะได้บทสัมภาษณ์ที่ไม่สมบูรณ์  
มากเลยนะ ถ้าไม่ได้ถามตรงนี้

ภาณุ (หัวเราะอีก) ผมว่าสักวัน ถ้าเจอคน  
ที่เหมาะสมก็คงจะมีเองมั้งครับ แต่ตอนนี้  
ยังไม่มี มีแต่เพื่อนสนิทที่ได้พบปะพูดคุย

“...ชอบอยู่กับคนไม่กี่คน ไม่ชอบงานสังคม จะยึดติดอยู่  
ตรงไหนก็ตรงนั้น อย่างทำงานก็จะติด อยู่ที่นี่เหมือนบ้าน  
จนมีคนเขามาว่าผมเหมือนปูอยู่ในกระดอง...”



และไปทานข้าวกัน

ดีไลท์ ถือว่าตัวเองขาดหรือเปล่า ?

ภาณุ ไม่นะ

ดีไลท์ ไม่ต่อต้านธรรมชาติไปหน่อยหรือ ?

ภาณุ คือผมอาจจะแต่ง แต่ไม่คิดจะมีลูก  
ผมค่อนข้างจะสงสารเด็กที่จะเกิดมาใน  
โลกนี้ด้วยซ้ำ เขาจะต้องมาเจอปัญหาชีวิต  
ปัญหาของโลกมากมาย โดยเฉพาะปัญหา  
ของคนไทยนี่แหละ ปัจจุบันผมก็สงสาร  
ชีวิตคนไทยพออยู่แล้ว ผมว่าถ้าเปรียบกับ  
ประเทศอื่นแล้ว คุณภาพชีวิตเราแย่งด้วย  
กว่าเขาเยอะ ผมสงสารคนจนเรขึ้นต่อไป  
ก็เลยไม่อยากมีลูก

ดีไลท์ คิดว่าถ้าจะมีคู่ คนที่จะมาเป็น  
หุ้นส่วนชีวิตน่าจะเป็นคนอย่างไร ?

ภาณุ ก็...คงจะคล้าย ๆ กันมั้งครับ มีศิลปะ  
ในการใช้ชีวิตพอสมควร

ดีไลท์ สรุปล ตัวจริงคุณภาณุเป็นอย่างไร  
คะ ?

ภาณุ เป็น...คนง่าย ๆ มั้ง ชอบอยู่กับคน  
ไม่กี่คน ไม่ชอบงานสังคม จะยึดติดอยู่

ตรงไหนก็ตรงนั้น อย่างทำงานก็จะติด  
อยู่กับที่นี่เหมือนบ้าน ไม่หวือหวาด้วย จนมี  
คนเขามาว่า ผมเหมือนปูอยู่ในกระดอง

...บทสัมภาษณ์นี้จะสรุปลงตรงที่ใด  
ก็คงต้องเข้าใจเสียก่อนว่า

“THERE NEVER WAS, NOR WILL  
BE, NOR IS THERE NOW TO BE FOUND,  
A MAN ALWAYS BLAMED AND ALWAYS  
PRISED.”

ในอดีต ปัจจุบัน และในอนาคต  
ไม่เคยมีผู้ใดเลยที่ได้รับการดีหรือชมตลอด  
กาล

พระธรรมบทสอนไว้เช่นนี้  
ฉะนั้นการจะพิจารณาให้ได้ถึงประ-  
โยชน์จากตัวอย่างชีวิตคน ๆ หนึ่ง  
หรือไม่นั้น ก็คงต้องยกให้เป็นธุระ  
ของปัญญานั้นเอง





# จากเพื่อน...ถึงภานุ

## คุณคทา สุทัศน์ ณ อยุธยา

ประธานกรรมการ สยามสตูดิโอ นายใหญ่' ของสยามสตูดิโอ โปรดักชันเฮาส์ที่ก่อร่างสร้างตัวจนแกร่งจกรรจ ในระยะเวลา 15 ปี ด้วยการเป็นผู้ริเริ่มผลิตภาพยนตร์โฆษณาแนวใหม่ จนกลายเป็นพี่ใหญ่ของวงการในปัจจุบัน

เขาและภานุ อิงคะวัต เริ่มรู้จักและชื่นชมผลงานกันและกัน จนกลายเป็นคู่อีที่ถ้าได้จับมือกันทำงานครั้งใดก็ต้องไม่ แคล้วจากรางวัลโฆษณายอดเยี่ยมทุกปี

"รู้จักคุณภานุมา 10 กว่าปีแล้วมั้ง...

...ความรู้สึกครั้งแรกที่ผมได้เจอเขารู้สึกว่าเขาเป็นวัยรุ่นคนหนึ่งที่ดีผิวเผิน ไม่เคยคิดว่าเขาจะกลายเป็นคนที่หนักแน่น มีความคิดลึกซึ้งถึงเพียงนี้ได้...

...ทำงานด้วยกันครั้งแรก เมื่อตอนที่เขาเข้ามาเป็นนักแสดงในหนังโฆษณาอยู่เรื่องหนึ่ง แต่ความจริงตอนนั้นเขาทำงานแล้วที่ ลีโอ เบอร์เนทท์ อยู่แผนกครีเอทีฟ...

...ตอนนั้นผมยังคิดว่าเขาเป็นคนที่ไม่ได้สนใจอะไรมากมายในชีวิต ไม่มีเป้าหมาย ไม่มีหลักการอะไรสักอย่าง แต่ในที่สุดแล้วเขาก็กลายเป็นคนไทยที่มีคุณภาพสูงสุดคนหนึ่ง ที่ผมได้มีโอกาสสัมผัส...

...ระยะเวลา 10 ปีของการทำงาน เขาเริ่มต้นทำงานด้วยอายุที่น้อยมาก ตอนที่เขาได้รับตำแหน่ง Creative Director ผมเองยังไม่คิดว่าเขาจะได้รับบทบาทนั้นได้ดีเท่านี้...

...จนกระทั่งเวลานี้ นอกจากเขาจะ ได้รับบทบาทนั้นได้ดีแล้ว เขายังรับบทบาท International Creative Director ได้อย่างยอดเยี่ยมอีกด้วย"

เมื่อถามถึงแนวความคิดในการทำงานของคุณภานุ จากสัมผัสของคนนอกและมุมมองของคนทำงานคนหนึ่งคุณคทาได้แสดงความคิดเห็นว่า

"ความแน่นแฟ้นของเขา ในความคิดเกี่ยวกับงานโฆษณา ไม่ใช่สิ่งที่ผิวเผิน ผมคิดว่าเขาอุทิศชีวิตให้กับงานโ



MR. BARRY OWEN

CREATIVE HEAD DIRECTOR บริษัท โอทิลวี แอนด์ เมเธอร์ (ประเทศไทย) จำกัด

เขาคือชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานโฆษณาในเมืองไทย จนได้รับการยอมรับว่าเป็น 'มือหนึ่ง' ในวงการ ผู้เป็นที่นิยมของคุณภานุ อิงคะวัต จนมีคำกล่าวถึงแบร์รี โอเวน ว่า "เป็นคนที่เกิดผิดประเทศ เขาน่าจะเป็นคนไทยมากกว่าฝรั่ง"

"ผมรู้จักคุณภานุครั้งแรกตอนเราพบกันที่สยามสตูดิโอ ซึ่งต่างฝ่ายต่างก็ทำงานในแวดวงโฆษณาตอนนั้นผมเคยฝากให้เขาช่วยหา Creative Director เพื่อมาช่วยงาน...จนบัดนี้เรารู้จักกันเป็นเวลา 12 ปีแล้ว..."

...ผมคิดว่าเขาเป็นคนที่ทำงานเก่ง เป็นคนมีความสามารถ ซึ่งเวลานั้นในแวดวงโฆษณายังมีคนเก่งไม่กี่คน เขาจึงโดดเด่นมากเพราะความคิดสร้างสรรค์ของเขาที่ทำให้งานโฆษณาเปลี่ยนรูปแบบไป อีกอย่างหนึ่งคงเพราะเขาได้รับการฝึกฝนมาอย่างดี จนเขาสามารถสร้างชื่อเสียงให้กับสินค้าได้อย่างน่าทึ่ง...

...ที่สำคัญคือนิสัยส่วนตัว เขาเป็นคนขยัน...เปิดกว้างทางความคิด...มีรสนิยมดี เหล่านี้คือคุณสมบัติของนักโฆษณา...

...นิสัยส่วนตัวของเขาเชื่อมโยงมาถึงวิธีการทำงานที่ดีที่ทำให้ทุกคนที่ทำงานกับเขาชอบเขา...

...ผมขอให้เขาสร้างผลงานที่ดีต่อไป และขอฝากให้เขาช่วยสร้างคนรุ่นใหม่ต่อไปด้วย"



เขามีความเชื่อมั่นในตัวเองสูง เขามีสิ่งจะผมนับถือเขาเพราะเขามีสิ่งจะ มีความมุ่งมั่นสูง เขาอุทิศทุกสิ่งทุกอย่างให้กับงานที่เขาทำ...

...ผมว่าสิ่งเหล่านี้แหละที่ทำให้เขาโตเร็ว มีชื่อเสียงเกินวัย...

...สิ่งที่อยากจะบอกเขามากที่สุดตอนนี้คือ อย่าเพิ่งเฉาเสียก่อน อย่าเพิ่งตายเร็วเกินไปเรื่อยๆ จนแก่เท่าผม"

# เก็บเอาบุญ มาฝาก

☐ ผมเป็นคนหนึ่งที่ไม่ค่อยเชื่อเรื่องการบวชเรียน อาจเป็นเพราะศรัทธาของพระสงฆ์ในปัจจุบันน้อยลงทุกที และอีกเหตุผลหนึ่งอาจเป็นเพราะเราคิดว่าเราประพฤติกปฏิบัติอยู่ในร่องในรอยของศีลธรรมอันดีงาม ก็น่าจะพอแล้ว

แต่ในใจตลอดมาก็ยังมีคำถามที่หาคำตอบไม่ได้เกี่ยวกับพุทธศาสนา รู้แต่ว่าดี รู้แต่ว่าทำให้เราหมดทุกข์ได้ จิตใจสบาย แต่ถ้าจะให้ตอบลึกลงไปว่าคืออะไรนั้นก็คงไม่สามารถ เพราะผิวเผินกับหัวข้อนี้เต็มที กะไว้ว่าวันหนึ่งจะหาโอกาสอ่านหนังสือหรือพูดคุยกับใครให้รู้เรื่องสักที

มาได้โอกาสเอาในช่วง 30 วันนี้แหละ คือ 30 วันที่ผมตัดสินใจบวชขออุทิศบุญกุศลให้คุณพ่อคุณแม่ พอดีคิดว่าบวช ก็เริ่มมองหาวัด ตั้งใจไว้ว่าจะไม่ไปอยู่วัดกลางศูนย์การค้าเด็ดขาด มีคนแนะนำวัดหลายแห่ง ส่วนใหญ่จะเป็นวัดต่างจังหวัด ผมเองก็เคยอ่านหนังสือของคุณนิธิเรื่องบวชที่วัดหนองป่าพง แล้วก็รู้สึกศรัทธาเป็นอย่างยิ่ง แต่ดูจะระเบียบการบวชของที่นี่แล้วคงเป็นการยากที่จะได้บวช

อยู่ ๆ วันหนึ่ง เพื่อนผมก็พามาพบกับวัดหนึ่งชื่อวัดสนามโน เป็นวัดเล็กๆ อยู่เขตเมืองนนทบุรี ถึงแม้จะอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ ถ้าข้ามสะพานซังฮี้ก็แค่ 10 นาที ลัดเลาะนิดหน่อยก็มาโผล่ขึ้นที่วัดนี้คุณจะไม่เชื่อเลยว่ามันที่แบบนี้อยู่ในเขตเมืองหลวงอย่างกรุงเทพฯ ที่แออัดด้วยตึกกรมและรถรา เรียกได้ว่าเป็นวัดปากกลางเมืองก็ได้ บนเนื้อที่ 8 ไร่ ทุกตารางเมตรของที่นี่ปกคลุมด้วยต้นไม้สูง มีโอบล้อมด้วยละอองฝอย จึงทำหน้าที่เหมือนร่มคันใหญ่ช่วยกรองแสงแดดให้ร่มรื่นกำลังดีตลอดทั้งวัน

แม่โบสถ์ก็เป็นโบสถ์กลางแจ้ง ไม่มีตัวตึกหรือหลังคา ไข่ม่มไม้และช่วยให้ร่มเย็น ตอนทำพิธีบวชผมยังนึกครึ้มใจว่าเหมือนบวชอยู่กลางป่า ที่นี่เป็นวัดปฏิบัติ จึงเคร่งครัดระเบียบและเจียมสงบ ในวัดมีพระอยู่แค่ 12-14 รูป ขึ้นกับว่ามีใครไปจำวัดที่อื่นไหม มีอยู่ 2 คน และฆราวาสทั้งหญิงชายที่มาฝึกปฏิบัติธรรมจำนวนหนึ่งไม่แน่นอน เราจะเห็นพระและฆราวาสเหล่านี้เวียนปฏิบัติอยู่ทั้งวัน ตั้งแต่เข้ามัจจนถึงเวลา 2 ทุ่ม ยึดมั่นในคำสั่งสอนของหลวงพ่อก่อนผู้ก่อตั้งวัดนี้มาอย่างเหนียวแน่น ในแต่ละวันตลอด 30 วันที่บวช ยึดปฏิบัติของผมนั้นจะพบปะอยู่แค่ 10 กว่าชีวิตนี้เท่านั้น และการพบปะส่วนใหญ่จะเป็นไปในรูปของการพบเห็น มีการพูดคุยกันน้อย เพราะแต่ละรูปต่างรู้หน้าที่ของตนคือการปฏิบัติอย่างเคร่งครัด

ชีวิตที่นี่เริ่มตั้งแต่เช้า 4 นาฬิกา ตื่นเตรียมพร้อมทำวัตรเช้าเวลาตี 4 ครึ่งถึงตี 5 จากนั้นปฏิบัติจน 6 โมงเช้า 7 โมงเช้าฉันเข้าแล้ว 8 โมงถึง 10 โมงครึ่งปฏิบัติต่อ 11 โมงฉันเพล บ่ายโมงตรงถึงบ่ายสามโมงปฏิบัติ บ่ายสามโมงถึงบ่ายห้าโมงเย็น กวาดลานวัด ทำความสะอาดวัด บ่ายห้าโมงครึ่งทำวัตรเย็นและปฏิบัติจนถึง 2 ทุ่ม ทุกคนจึงแยกย้ายไปนอน

เนื่องจากที่นี่มีบรรยากาศเป็นวัดป่า มีต้นไม้ขึ้นครึ้ม จึงมีสัตว์อาศัยอยู่มาก โดยเฉพาะนกหน้าตาแปลก ๆ อย่างที่หาดูได้ตามสวนสัตว์ก็มี กะรอก กระแต รวมไปถึงงูซึ่งวันดีคืนดีก็ตกลงมาจากต้นไม้ แล้วก็ค่อย ๆ เลื้อยกลับขึ้นไปอย่างเจียมเจียมเท่ากับพระที่กำลังเดินจงกรมอยู่ข้าง ๆ ครั้งแรกที่ผมเห็นก็มีอาการตื่นตระหนก แต่พระที่นั่นบอกว่า ต่างคนต่างอยู่ก็จะมีปัญหาอะไร ไม่กี่วันต่อมาผมก็พบงูตัวเดิมเลื้อยเล่นอยู่กลางลานโบสถ์อีก ก็เริ่มเห็นเป็นเรื่องธรรมดาไม่ถึงกับเข้าไปคบหัวลูบหางตกทายเป็นแต่ก็ไม่ได้กระโดดกระดากเหมือนครั้งก่อน สัตว์อีกอย่างที่นี่เลี้ยงไว้

จำนวนมากคือขง ลองคิดว่ามันนั่งปฏิบัติอยู่ตอนตี 4 มืดสนิทใต้ต้นไม้ที่ปกคลุมทั่ว จะมียุงขนาดไหน แต่ด้วยศรัทธามิ่ง ผมเห็นทั้งพระทั้งคนต่างก็นั่งปฏิบัติกันได้นานเป็นชั่วโมง ๆ แต่สำหรับขงแล้วคงเหมือนบุฟเฟต์อาหารเข้าเราตี ๆ นี้เอง

วิธีฉันอาหารของพระที่นี่ก็เป็นอีกหนึ่งอย่างที่แปลกกว่าวัดบ้านทั่วไป ไม่มีพิธีรีตรองมากมาย อาหารที่บิณฑบาตมาจะถูกจัดไว้ในกระบะมีล้อเลื่อน กระบะหนึ่งเป็นอาหารคาว กระบะหนึ่งเป็นอาหารหวาน พระจะนั่งหันหน้าเข้าหากันเป็นแถว ยาวบนยกพื้นประมาณ 1 ศิษ โยมฆราวาสก็จะนั่งเรียงแถวเช่นเดียวกันบนพื้นข้างล่าง ทุกคนจะนั่งเจียมในขณะที่กระบะอาหารนี้เลื่อนไประหว่างแถว พระแต่ละรูปก็จะหยิบอาหารเท่าที่จะฉันใส่ลงในบาตรบ้าง กระละมังของตนบ้าง ทั้งคาวหวานรวมกันทีเดียว กระบะอาหารจะเลื่อนผ่านไปจนถึงโยม ซึ่งก็จะทำเช่นเดียวกัน ทั้งพระและโยมจะรองจนทุกคนได้อาหารครบถ้วนแล้ว จึงเริ่มฉัน เริ่มรับประทานพร้อมกัน ในขณะที่ฉันจะเปิดเทปของหลวงพ่อก่อนให้ฟัง ทุกคนก็จะนั่งทานกันอย่างสงบเสถียรจนหมด ดูเป็นระเบียบเรียบร้อยพอฉันเสร็จจะมีถึงรองรับเศษอาหารเข็นผ่าน 2 ดังดังหนึ่งสำหรับเศษอาหารเปียก อีกดังสำหรับใส่เศษถุงพลาสติกที่บรรจุอาหารมาหรือกล่องนม ขวดน้ำพลาสติกต่าง ๆ ดูทันสมัยและเป็นประโยชน์ เพราะช่วงเย็นจะมีชาวบ้านมาเอาอาหารที่เหลือไปรับประทานครึ่งต่อ พร้อมกับเก็บเอาเศษขยะแห้งพวกนี้ไปขายต่ออีกด้วย ดูเป็นสังคมที่ลงตัวและมีระเบียบวินัยดี

### บวชแล้วได้อะไร?

ถ้าถามผมว่าบวชแล้วได้อะไร ผมคิดว่าได้กลับมา 3 อย่างหลัก ๆ

ข้อ 1. เทียบกับอีก 2 ข้อจะดูเป็นอะไรที่พื้นฐานแต่ก็จะรู้สึกเมื่ออายุจวนจะเข้าเลข 40 แล้ว มาวันนี้ถึงได้รู้ความหมายที่สวดสลับกัน บรรทัดเว้นบรรทัด มาถึง

วันนี้จึงได้รู้ว่า "นะโมตัสสะ ภาคะวะโต อรหะโต สัมมาสัมพุทธัสสะ" แปลว่าอะไร

นะโม/ตัสสะ/ภาคะวะโต

ขอนอบน้อมแด่พระผู้มีพระภาคเจ้า พระองค์นั้น

อรหะโต

ซึ่งเป็นผู้ไกลจากกิเลส

สัมมาสัมพุทธัสสะ

ตรัสรู้ชอบได้โดยพระองค์เอง

หรือ

สวากขาโต ภาคะวะตาธัมโม

พระธรรมนั้นใด เป็นสิ่งที่พระผู้มี

พระภาคเจ้าได้ตรัสไว้ดีแล้ว;

ทิฏฐิโก

เป็นสิ่งที่ผู้ศึกษาและปฏิบัติ พึงเห็นได้ด้วยตนเอง

อกาลิโก

เป็นสิ่งที่ปฏิบัติได้ และให้ผลได้ไม่จำกัดกาล;

เอหิภัสสิโก

เป็นสิ่งที่ควรกล่าวกับผู้อื่นว่าท่านจงมาดูเถิด;

โอปะนะชิโก

เป็นสิ่งที่ควรน้อมเข้ามาใส่ตัว

ปัจจุตังเวทิตัพโพ วิญญูหิติ

เป็นสิ่งที่ผู้รู้ก็ได้เฉพาะตน

ผมว่ากรรมศาสนาน่าจะออกเป็นกฎให้พระทุกวัดสวดแบบนี้ เพราะนอกจากพระองค์แล้ว โยมที่ฟังเทศน์ก็จะได้เข้าใจความหมายและซาบซึ้งในคำสอนของพระพุทธเจ้าได้มากขึ้น

ข้อ 2. คือการได้ใช้ชีวิตแบบพระภิกษุ (ผมหมายถึงพระภิกษุที่ยึดมั่นในพระระเบียบวินัยและเคร่งครัดต่อแนวทางของพระพุทธเจ้า) 30 วันที่อยู่ที่วัดสนามใน ทำให้ผมได้เห็นความแตกต่างในการใช้ชีวิตของคนกับพระภิกษุที่สละแล้วในเรื่องทางโลก จากบ้านของเราที่เคยอยู่มีหลายห้องมาเหลือแค่ห้องแคบ ๆ นอนกับพื้นมีเสื่อผืนหมอนใบ มุ้ง 1 หลัง ไม่มีโทรทัศน์

หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เวลาฉันอาหารก็มีแค่ผ้าบาตรหรือกะละมังที่เราใช้ใส่อาหารให้สุนัขที่บ้านอย่างนั้น ไม่มีลวดลาย ไม่ต้องเป็นกระเบื้องอย่างดีจากอิตาลี แต่ก็ฉันได้ อาหารที่คนนำมาใส่บาตรหรือถวายที่วัดก็มากมายก่ายกอง แต่เอาเข้าจริง ๆ แล้วก็เลือกหยิบสัก 1-2 ดុងก็อิ่มพอแล้ว คนเราจะต้องการอะไรมากไปกว่านี้ ที่เหลือพระท่านว่าเป็นของสมมติ ปูรองแต่งไว้ทำให้คนหลงทั้งนั้น หลังจากที่ผมปลงผม ผลัดชุดมรราวาสออกแล้ว ผมกลายเป็นพระภิกษุรูปหนึ่งที่มีคุณวุฒิน้อยมากคือแค่ไม่กี่ชั่วโมง ผมจึงต้องอยู่ท้ายแถวไม่ว่าจะเป็นเวลาฉันภัตตาหารหรือเวลาทำวัตรสวดมนต์ ใครเป็นใครจากโลกภายนอกไม่ใช่เรื่องสำคัญ มีความรู้สึกแค่ไหนจนปรี๊ดอยู่อะไร ก็ไม่มีความหมายเพราะในนี้สนใจอยู่อย่างเดียวคือการปฏิบัติให้จิตใจสงบ ให้รู้สึกตัวด้วยสติตลอดเวลา เรื่องเหล่านี้ไม่ต้องเรียนจบอะไรก็เข้าใจได้ เพราะไม่ว่าจะเป็นคนรวยหรือคนจน ฝรั่งเศสหรือไทยต่างเข้าใจถึงอารมณ์ และความวุ่นวายที่เกิดจากความคิด ความฝันของคนทั้งสิ้น

ข้อ 3. ข้อสุดท้าย เป็นความรู้ที่สูงส่ง เป็นคำตอบในคำถามที่เคยอยากรู้ เป็นความท้าทายเหนือสิ่งอื่นใดและท่านว่าเป็น 'ทางลัดสูนิพพาน' ผมเพิ่งมาเข้าใจเอาที่นี้ว่า ความสับสนวุ่นวายความซับซ้อนและความไม่สงบต่างๆ ในตัวเราเกิดขึ้นเพราะตัว ๆ เดียวคือ 'ความคิด' ความคิดนี้แหละจะคอยปรุงแต่งให้ใจเราเกิดกิเลสเกิดความโกรธ ความโลภ ความหลง ทำให้เรามีความคาดหวัง มีอารมณ์ มีความผิดหวัง เสียใจ มันจะทำให้เราล่องลอยอยู่ในอดีตที่เป็นสุข หรือพาเราหลงคาดคะเนไปกับอนาคตที่ยังมีเป็นจริง ซึ่งทั้งหมดนี้มันเป็นเพียงสิ่งปรุงแต่งที่รวมแล้วพระพุทธเจ้าทรงเรียกว่าทุกข์ ทุกข์เพราะหลายอย่างที่ไม่สุข เราก็ไม่อยากจะมีความสุขอย่างที่เป็นสุข พอหมดสุข มันก็กลายเป็น

ทุกข์ เพราะเราอยากได้อีกไม่เคยพอหลาย ๆ ครั้งที่เรารู้สึกโกรธ หรือเกิดอารมณ์ต่าง ๆ เมื่อเราย้อนกลับไปคิดดูแล้วอาจรู้สึกไม่น่าจะโกรธอย่างนั้นเลย หรือเราทำเรื่องเล็กให้เป็นเรื่องใหญ่ หรือหลาย ๆ ครั้งพอคิดถึงเรื่องนั้น ๆ เราก็จะมีอารมณ์ขุ่นมัวขึ้นมาอีก เพราะความรู้สึกโกรธ เกลียด ยังฝังแน่นในจิตใจของเราที่เราเป็นอย่างนั้น ท่านว่าเป็นเพราะขาดสติ ความคิดมันชักพาเราไปปรุงแต่งให้เราหลง สติตัวเดียวมันแหละที่จะช่วยควบคุมไม่ให้มันพุ่งเพื่อหรือขุ่นมัวได้

การทำบุญตักบาตรสร้างวัด ทำสังฆทานหรือแม้แต่การบวชตามประเพณีล้วนแต่เป็นการถือศีลแบบที่ท่านเรียกว่าศีลหยาบ หรือทำไปตามสมมติ เป็นเหมือนเปลือกนอกที่ห่อหุ้มแก่นใจกลางของหลักพระพุทธศาสนาไว้ให้คนทั่วไปยึดเกาะเกิดศรัทธา แต่การหมั่นปฏิบัติล้างจิตใจให้ขาวบริสุทธิ์นี่แหละ ของจริง ผมจึงชวนคุณแม่มาร่วมปฏิบัติเพื่อให้ท่านได้เรียนรู้และฝึกฝนด้วยตัวท่านเองเพราะถึงแม้ผมจะสวดมนต์ กรวดน้ำ แผ่ส่วนกุศลไปกี่ครั้งต่อวัน ก็จะไม่เทียบเท่ากับการที่ท่านได้มีโอกาสมาทำจิตใจของท่านให้ขาวพร้อมด้วยตัวท่านเองและนั่นแหละที่พระพุทธเจ้าทรงเรียกว่าบุญละเอียดเหนืออื่นใด

ผมไม่รู้ว่าจะสึกออกมาแล้วจะสามารถฝึกฝน หรือปฏิบัติได้มากน้อยแค่ไหน แต่สิ่งที่ได้เรียนรู้มาในช่วง 30 วันนี่สูงค่าจริงๆ และเปลี่ยนความรู้สึกของผมต่อการบวชโดยสิ้นเชิง

(ผู้ใดสนใจวิธีเจริญสติ ผมมีหนังสือให้ยืมอ่าน)

By. O-7





บทสัมภาษณ์ คุณเคลชัย บุญะรัตเวช  
ในนิตยสารแพรว ฉบับประจำเดือนตุลาคม 2536

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ช่วงชีวิตอันหลากหลาย

# ดลชัย บุณยะรัตเวช



ณัฐ ประกอบทัศนิตสุข : ภาพ

**บ**านทรงโบราณสีขาวหลังนั้นตั้งตระหง่านอยู่ริมฟากฝั่งของสะพานคูสิต ได้รับเงาที่ปรากฏนั้นเป็นที่ทำนุของผู้อยู่อาศัยของตระกูลบุณยะรัตเวชมาหลายชั่วอายุคน


บนเก้าอี้ไม้สลักตัวยาว ชายอาวุโสผู้นั้นนั่งเคียงอยู่กับบุรุษหนุ่มด้วยท่าที่สงบนิ่ง เค้านั่งที่ประพิมพระพายนั้น บ่งบอกได้ถึงความเป็นเชื้อสายเดียวกัน

“วิโหม ทำไมเขาถึงชื่อไอ้” เสียงเรียบเย็นของผู้เป็นบิดาถามขึ้น

“เขาเกิดได้ 3 วัน พ่อถามเขา...ลูกอยากชื่ออะไร ไอ้ - เขาตอบ ตามอยู่ 3 ทน เขาก็ตอบ - ไอ้ตกลงเขาเลยตั้งชื่อนี้ด้วยตัวเอง” นัยน์ตาของผู้เล่าส่งแวเป็นประกาย

“เกิดได้พอรู้ความ คุณย่าชอบพาไปวัดเบญจมฯ ตามระเบียบโดยรอบจะเป็นพระพุทธรูปปางต่างๆ อยู่ 40 ปาง ไอ้เขาจำได้หมดว่าแต่ละองค์เป็นปางอะไร กลับมาบ้านเขาก็ทำทำให้อุ พอสัก 3-4 ขวบ เขาเริ่มสวดมนต์กับคุณทวด มีอยู่บทที่เขาสวดได้ตั้งแต่ต้นจนจบเลย คือธัมมจักกัปปวัตตนสูตร แม้กระทั่งแม่ซีกก็มาขอศีล เขาก็ให้ศีล 8 มีคนถามเขาว่าเขามาจากไหน ไอ้ตอบว่า...เมื่อชาติก่อนเขาเป็นพระมาจากเมืองจีน พระรูปหนึ่งที่มาพบ ท่านบอกว่า...ไม่ใช่หรอก มาจากวัดเล่งเน่ยยี่ แล้วท่านก็ท่านว่า...โคเซ็นเด็กคนนี้จะมีความจำดีมาก และจะแต่งงานตอนอายุ 35”

ผู้เป็นบิดาให้ความหลังครั้งวัยเยาว์ของเด็กชายในรูปขาวดำแก่คราคร่ำที่อยู่เบื้องหน้า ซึ่งบัดนี้ได้เติบโตขึ้นเป็นหนุ่มใหญ่นั่งอยู่เคียงข้าง เขามีไข่มุกเพียงความจำเป็นเลิศตั้งคำทำนาย หากยังเป็นครีเอทีฟชื่อดังในวงการโฆษณาของเมืองไทย เป็นนักแสดง นักร้องสมัครเล่น ที่มีอาชีพยังต้องอายุ...

ดลชัย บุณยะรัตเวช 



ฟังดูคล้ายว่าคุณโอ้จะระลึกชาติได้

ใช่ ผมยังจำไม่ค่อยได้เลย เขาบอก  
กันว่าเป็นเด็กมีบุญมาเกิด สมัยที่สวดมนต์  
ได้เป็นบทๆนั้น คุณปู่ยังอัดเทปไว้เลย แต่  
เดี๋ยวนี้จำไม่ได้แล้วนะ มันเหมือนกับเลื่อน  
หายไปหมดเลย

ภาพชีวิตในวัยเด็กของคุณโอ้เป็นอย่างไรคะ

ก่อนข้างอุบอุ่นนะ ผมเป็นที่ชายคนโต  
ตอนเด็ก ๆ ส่วนใหญ่จะอยู่กับคุณย่า คุณทวด  
คุณพ่อคุณแม่ท่านก็เลี้ยงเราปกติ แต่เมื่อ  
ว่าทั้ง 2 ท่านเป็นคนที่รักดนตรี จะสนับสนุน

ให้เราเล่นดนตรีด้วย เด็ก ๆ คุณแม่สอน  
เปียโนให้ แต่ผมเสียวมาก แม่จับนิ้วบีบ ก็  
วิ่งหนีออกมา จนต้องส่งไปเรียนคีย์บอร์ดที่  
สยามกลการ ตอนหลังมาชอบเพลงพระ-  
ราชินีพจนธ์ยามเย็น ถามแม่ว่าเล่นอย่างไร  
ก็เริ่มต้นเรียนจริงจังจากตรงนั้น

ผมรักสัตว์มาก เลี้ยงสัตว์มาตั้งแต่เด็ก  
ทดลองเลี้ยงมาแทบทุกชนิด ความผูกพัน  
กับธรรมชาติและดนตรีที่มีมาตลอดชีวิต จึง  
เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ชีวิตครอบครัวอบอุ่น

สมัยก่อนแถวนี้ (สะพานคู่สิศ) นำ

อยู่มาก ร่มรื่น เต็มไปด้วยต้นไม้ มีดอกไม้  
ไทยส่งกลิ่นหอมตอนเย็นๆ น้ำในคลองใส  
แจ่ม ผมเคยลงไปเล่นช้อนปลาเข็ม ช้อนกุ้ง  
มีก๊วยเตี๋ยวเรือพายมาขาย สนุกมากชีวิต  
ตอนนั้น

เราเป็นครอบครัวใหญ่ ทุกเสาร์  
อาทิตย์ ลูกญาติ ๆ จะมาเล่นในสนามตาม  
ประสาเด็ก ผมค่อนข้างจะเป็นหัวโจกนะ  
บางทีก็เกณฑ์เอาลูกคนไข้มารวมกัน  
เป็นนักกีฬาหน้าชาติแบบเอเขียนเกมสั๊กัน  
กลางสนาม ที่บ้านเป็นดงกล้วย ดงมะพร้าว

เราก็ซุดหลุมลึกๆ แล้วเอาฟางกลบ แล้วหลอกให้เขาเดินลงหลุม แก่นมาก ตามตัวนี้ถลอกปอกเปิกเป็นแถว จนเดี๋ยวนี้ยังมีแผลเป็นอยู่เลย

ฟังว่าคุณไอ้เป็นคนที่ใช้ชีวิตอยู่ในระหว่างสองศาสนา

คือคุณพ่อผมเป็นพุทธ ญาติทางสายบุญตะวันตกของคุณพ่อก็จะเป็นพุทธศาสนิกชนที่เคร่งมาก คุณปู่ คุณย่า คุณทวดจะทำบุญมาตลอดชีวิต ในขณะที่คุณแม่เป็นคริสต์ที่เคร่งมากเหมือนกัน ก็ต้องปรับเข้าหากัน ผมเลยต้องไปประกอบพิธีกรรมทั้งทางคริสต์และพุทธ เวลาครบรอบคุณยายเสียชีวิต ก็จะไปร้องเพลงที่โบสถ์ เวลาคริสต์มาสทุกปี ก็จะไปที่บ้านคุณยาย พวกคุณป้าคุณลุงจะแต่งตัวเป็นซานตาคลอสมาแจกของขวัญหลานๆ เราได้กินไถ่วงร้องเพลงกัน ทุกวันนี้ก็ยังไปอยู่

อย่างนั้นคุณไอ้หันถือศาสนาอะไรคะ

ผมเป็นพุทธครับ อยู่บ้านนี้เราหนักไปทางพุทธเป็นพิเศษ แต่ว่าผมก็เห็นจุดมุ่งหมายของทั้ง 2 ศาสนา คือสอนให้เราเป็นคนดี เพียงแต่ว่ามีวิธีการที่แตกต่างกันเท่านั้นเอง

ตั้งแต่เด็กแล้วที่ผมเห็นความแตกต่างระหว่างคุณพ่อกับคุณแม่ ท่านเป็นคนทีคาแร็คเตอร์ต่างกันมาก แต่มาแต่งงานกันได้อย่างไรไม่รู้ คุณพ่อ (เชิด บุญตะวันตก-อดีตอธิบดีกรมรถไฟ) ท่านเป็นคนใจเย็น เป็นคนทำอะไรช้าๆ มีสติ รอบคอบ ส่วนคุณแม่ (คุณหญิงมาลัยวัลย์ บุญตะวันตก) ท่านใจร้อน ทำอะไรเร็ว แอ็คทีฟ มีพาวเวอร์ โมงเฝาง ตรงไปตรงมา มีอะไรพูดกันเดี๋ยวนั้น ในขณะที่คุณพ่อจะต้องคิดสลับคอบก่อน แล้วถึงจะพูด ท่านมีอะไรที่สวนทางกันตลอดเวลา

คุณไอ้ได้ส่วนไหนมาคะ

ตอนเด็ก ๆ ผมเฝ้ามองทั้งสองฝั่งนะ พยายามจะจับจุดดี ๆ ของทั้งสองท่านมารวมในตัวเรา ผมเคารพท่านนะ แต่บางทีเห็นแล้วก็ขำในใจ เอ๊ะ! ไม่น่าจะคู่กันได้เลย



กำลังทำทำพระพุทธรูปปางสมาธิ

นะพ่อแม่เรา คนละอย่างกันเลย แต่ท่านก็รักกันนะ ทั้งๆที่ไม่เคยบอกว่ารักกัน ประเภทปากแข็งทั้งคู่ ผมไม่เคยได้ยินคำหวานจากปากคุณพ่อคุณแม่เลย แต่รู้ว่าท่านแคร์กัน คงจะเป็นเพราะคุณพ่อท่านเป็นคนโอบรอมมาก

ในขณะที่คุณแม่ท่านกระตือรือร้นไปทางฝรั่ง ท่านเป็นที่สาวเท้าๆ ของอาจารย์มีทิน โมชดารา เชื้อสายทางนี้เป็นศิลปินหมด คุณยาย-คุณนายพูดอ่อน วัชระธรรม เป็นคนทันสมัยมาก ท่านเปรี้ยวจนหยดสุดท้าย

สมัยนั้นไม่มีใครเทียบเลย เป็นผู้นำแฟชั่น ชุดเล็กไม่มีใครใส่ ท่านใส่ เพลงป๊อปใหม่ๆ รู้ก่อนพวกเรามาก ท่านชอบพาผมไปโรงแรมโอเรียนเต็ล สอนให้ดูการตกแต่ง ห้องสุขา บางห้องที่แต่งสวยๆ ก็ไปขอผู้จัดการที่รู้จักกันเปิดห้องดูนะครับ แล้วก็สอนเราว่าสวยอย่างไร

คุณไอ้มีพี่น้องเพียงสองคนหรือคะ

ครับ มีผมกับน้องอ้อ (วิมลน บุญตะวันตก) เล็กๆ ผมก็ช่วยแม่เลี้ยงน้อง เราโตกว่าก็ต้องยอมๆน้อง ตอนเล็กๆผมเขียนหนังสือที่โรงเรียนอนุบาลบ้านเด็ก แล้วมาต่อที่โรงเรียนสาธิตประสานมิตร จนจบ ป. 7 ก็ย้ายมาเรียนที่โรงเรียนจิตรลดา เพราะคุณแม่เป็นครูอยู่ที่นั่น

ชีวิตในรั้วโรงเรียนจิตรลดาเป็นอย่างไรบ้าง

รุ่นที่ผมเรียนคือรุ่นที่ต่อจากสมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าจุฬาภรณวลัยลักษณ์ ท่านเรียนรุ่นที่ 5 ผมเรียนรุ่นที่ 6 เก้าแก้วมาก มีนักเรียนอยู่แค่ยี่สิบกว่าคน สมัยนั้นห้องหนึ่งจะมีผู้ชายอยู่แค่ 7 คน นักเรียนน้อยมาก ทุกคนรู้จักกันทั้งโรงเรียน

เกเรไหมคะ

มีเหมือนกัน ผมชอบเป็นหัวโจกนะ จำได้ สมัยก่อนผมเรียนวิทย์ มีห้องแล็บ วันหนึ่งผมกระซิบบอกเพื่อนว่า พู๊วนี้เรา



หน้าบ้านคุณยายวันคริสต์มาส



ทำสัมต่อกันในห้องแล็บ ก็ให้คนนั้นเอา  
มะละกามา คนนี้เอามะเขือเทศมา อีกคน  
เอาครกมา แล้วก็แอบอาจารย์ทำสัมต่อกัน  
กันในห้องแล็บ สนุกมาก

มีอยู่ครั้งในห้องสมุด เป็นห้องโสต  
เล็ก ๆ ที่ปิดประตูได้ เขาต้องการความเงียบ  
ไซ้ใหม่ แต่เราดันไปเล่นไฟเรียกชื่อกัน ก็  
ปิดประตูล็อกห้อง อาจารย์ใหญ่ ท่านผู้หญิง  
ทัศนีย์ บุณยคุปต์ มาเห็น ท่านมาเกาะประตู  
ปัง ปัง ปัง ปัง เราถาม...ใคร อย่างมากวน  
ท่านบอก...นี่อาจารย์!

ท่านนั้นแหละ...วงแตก ผมโดยไฟใส่  
กระโปรงเพื่อนผู้หญิงให้นั่งลง เอากระโปรง  
คลุมไฟไว้ แล้วไปเปิดประตู อาจารย์ถาม  
ทำอะไรกัน...เล่นจ้ำจี้จ๊ะ (หัวเราะกันสนุก)  
เล่นจ้ำจี้ ทำไมเสียงดัง โทนลุกขึ้นชี้

ปรากฏว่าไฟรั่วกราวเขียว ดลชัย  
โดนตัดลายมือ 50 จบตามสูตร...ต่อไปนี้จะ  
ไม่เล่นไฟในห้องสมุด

นี่ ผมมักจะเป็นอย่างนี้ แต่อาจารย์  
ท่านรักนะ เมื่อครูเราเรียนแก่ด้วย เกเรแต่  
เรียนดีหน่อย เลยไม่ค่อยนำเกลียด (หัวเราะ)  
จบจากจิตรลดา แล้วทำโมจิเลือกเรียนต่อ  
ที่สถาปัตย์ จุฬาฯ ละ

พูดตรง ๆ ความจริงผมอยากเป็น  
หมอละ ญาติทางบุณยะรัตเวชเป็นหมอ  
เกือบหมด เขาอยากให้เราเป็นหมอ ตอน  
นี้เอยากเรียนจุฬาฯมาก หัวอันดับเป็น  
จุฬาฯหมด ศิลปากรอันดับ 6 ผมก็เลือก  
แพทย์ จุฬาฯ อันดับ 1 แต่ไม่คิด มาคิด  
สถาปัตย์ จุฬาฯ อันดับ 2 คิดสถาปัตย์นะ  
ดีแล้ว ถ้าดีหมด ผมไม่รู้จะเป็นอย่างไร  
เพราะผมกลัวเลือดมาก

ไม่ได้คิดอยากจะเป็นด้านการศึกษาอย่าง  
ที่ทำอยู่ทุกวันเนี่ยบ้างเลยหรือ

สมัยอยู่จิตรลดา ผมเป็นประธาน  
ชมรมดนตรี 2 ปีซ้อนนะ จัดกิจกรรมตลอด  
แต่ไม่เคยออกแสดงเลย ขนาดเขาให้ร้อง  
ประสานเสียงหมู่ 50 คนยังไม่กล้าเลย ขอ  
เล่นกีตาร์ก็หันหน้าจุดเขียว ให้พูดหน้าชั้นก็สั้น  
ซ้าขามาก เหมือนไม่ใช่คนเดียวกับเดี๋ยวนี



ไปดูงานสมัยเรียนสถาปัตย์ จุฬาฯ

มาเรียนจุฬาฯ 3 ปีแรกผมก็ยังไม่  
รู้สึกอะไรนะ เพราะสนุกกับสถาปัตย์ พอ  
ขึ้นปีที่ 4 เริ่มใจแตกแล้ว ก็ไปหาอาจารย์  
มีหนึ่ โมซคาวา คุณน้าที่ธรรมศาสตร์ คุณ  
แม่ฝากบัตรเชิญงานแต่งงาน ฝากเราเอา  
ไปให้

พอไปถึง เห็นเขากำลังซ้อมละครเรื่อง  
"บุชบาภิรมทาง" กันอยู่ อ้าว...ขาดคนพอดี  
โธ่มาแทนบทนี้หน่อย เราไม่รู้เรื่องเลย ก็ไป  
เล่นเป็นตัวประกอบ ได้พูด 2-3 ประโยค  
ซักสนุก

หลังจากนั้นก็ก็มีเพื่อนฝูงอย่างพิไล-  
วรรณ บุญล้น, มุสซา โทเดวณิก, เวณิกา  
วิลล์ เขาทำละครที่คณะอักษรศาสตร์ จุฬาฯ  
ก็เลยเข้าไปช่วย แต่จริงๆ แล้วผมชอบ  
ร้องเพลงมากกว่า ไม่ชอบเล่นละคร รู้สึกว่า  
เราเขิน เป็นเราแล้วต้องทำตัวให้เป็นคน  
โน้นคนนี่ สังเกตดู ถ้าผมเล่นละคร ต้อง  
เป็นละครเพลง ถ้าพูดอย่างเดียว ไม่เล่น  
ผมเคยเล่นละครของธรรมศาสตร์อยู่ครั้งหนึ่ง  
เรื่อง "ความรักครั้งสุดท้าย" ที่คุณภัทราวดี  
ได้ตัดดาทอง เป็นพระเอก เล่นคนเดียวเล็ก  
เลย กลัวตัวเอง

แต่ถึงจบสถาปัตย์ ก็ไม่ได้เป็นสถาปนิก  
อยู่ดีนี่ละ

ผมรู้สึกมันแข็งไปกว่าตัวของเรานะ  
จริงๆ ผมชอบอินที่เรียกรัตน์ไชน่มากกว่าที่จะ

ออกแบบโครงสร้างของอาคารจริงๆ ผม  
น่าจะไปเรียนมัดทนศิลป์มากกว่านะ

เมื่อจบสถาปัตย์แล้วก็เลยไปเรียน  
ต่อที่อเมริกา ไม่รู้ด้วยซ้ำว่าโฆษณาเป็น  
อย่างไร สมัยนั้นเราดูแคตตาล็อกของ  
มหาวิทยาลัย เห็นวิชานี้ที่น่าสนใจ การสร้าง  
งานโฆษณา มีอบรมหลายๆอย่าง การคิด  
COPY WRITING คิด HEAD การทำพวก  
สิ่งพิมพ์ เป็นคอร์สที่น่าสนใจ เป็นวิชาที่  
ใช้คอนเซ็ปต์เดียวกับสถาปัตย์

เราก้ เออ...ลองสมัครไป เออผลงาน  
ของเราสมัยเรียนอยู่สถาปัตย์ มีงานดีไซน์  
ที่เป็นสไลด์ส่งไป ที่ SYRACUSE เป็น  
มหาวิทยาลัยที่อพเพนของอเมริกา ซึ่งเขาก็รับ  
ตอนแรกผมไม่ยอมไป ได้ข่าวว่าหนาวจริงๆ  
เกือบคิดแคนาดา แม่บอก ไปเถอะ...ไป  
พร้อมน้องชาย เขาสอบติดที่คอนเนคติกัต  
ผมก็เลยไปทั้งที่ไม่รู้ว่าเรียนอะไร ไปตาย  
เอาดาบหน้า ไปแยกกันที่นิวยอร์ก คนหนึ่ง  
ขึ้นเหนือ อีกคนไปตะวันออก  
กลัวไหมละ

ใจมันคุ้ม ๆ ต่อมา เราไม่รู้จักใครเลย  
พอดีมีรุ่นพี่เขาหาที่พักไว้ให้ ก็ดีไป ใหม่ ๆ  
โอ้ย...เมืองเจียบเป็นป่าช้า แต่สะอาด สงบ  
ต้องนั่งรถเมลิไปเรียน ลำบาก แต่ก็สนุกดี

เขียน ณ...  
...คุณหญิง...

คุณหญิง...  
...  
May 5, 1951

You're thought of with a lot of pride  
and much affection, too,  
Not only on your special day  
but each day all year through-



การ์ดจากอเมริกา เมื่อทราบข่าวว่าคุณแม่  
ได้รับพระราชทานตำแหน่ง "คุณหญิง"

111111  
111111



ตัวแล้วไม่ค่อยชอบทำเลย

ผมชอบทำโฆษณาที่ชัด ๆ อย่าง  
กระเบื้องอาหารก็ขายความทนตรง ๆ บัตร  
เครดิตกสิกรไทยก็ขายความเก่งของบัตร  
บัตรเดี่ยวยู๋ ชอบแบบนี้ ประเภท...รองของ  
คนมีระดับ วิสกีเพื่อความสำเริง โอโห...คือ  
มันก็ทำได้นะ แต่ไม่สะใจคนทำ มันต้องทำ  
ให้สวย ดูดีไว้ก่อน ไม่ค่อยชอบโฆษณาที่ดูดี  
เหมือนอย่างที่มีคนบอกว่า โฆษณาเดี่ยวนี่  
เหมือนมิวสิควิดีโอประกอบเพลงต่าง  
ประเทศ

นี่แหละ มันกลายเป็นแฟชั่นไปแล้ว  
ผมเลยพยายามหลบ จะไม่เอาเพลงมานำ  
เรื่อง ให้ภาพมันสวยๆ ไว้ก่อน ผมไม่ค่อย  
ชอบ มันเหมือนหมดหนทางแล้ว

หรือบางทีคนก็มองว่าวงการโฆษณา  
มักจะชอบก๊อปปี้อะไรกัน คิดอะไรไม่ออก  
ก็ลอกเอา ผมว่าไม่น่าจะเป็นอย่างนั้น มัน  
น่าจะกลับไปศึกษาใจหทัย ไม่ใช่เอาหนัง  
มาถือปี่ เพราะถ้าถามว่า วงการโฆษณา  
คืออะไร ก็คือวงการที่ขายไอเดีย

เท่าที่ทำมา โฆษณาอินโหนดะที่ยากที่สุด

ฟิล์มสีฟูจิ เพราะมันหลายแพ็คเกจรี  
ขายอิมเมจด้วย ขายแฟชั่น ขายเบิร์ต ยาก  
จริงๆ หรือคราวคอลเกต นั่นก็ลำบาก  
เพราะมันนโยบายของบริษัทมาว่าต้องทำ  
เหมือนกันทุกประเทศทั้งเอเชียอาคเนย์  
หนังที่แม่สอนลูกวาดรูปนั่นแหละ นั่นเป็น  
ของฟิลิปปีนส์ เราก็ต้องส่งคนไปถ่ายพร้อม  
เขา อย่างนี้ก็ต้องทำใจ

แต่ที่ไม่ยากเลยคือบัตรกสิกรไทย  
จุดขายมันเด่น เพราะเขาบริฟมาเลยว่า  
หัวเมืองไทยใช้บัตรเดี่ยวยู๋ เราก็ทั้งของ  
หิละจิ้น ๆ จนเหลือบัตรใบเดียว ถ้าใจหทัย  
ชัดเจนมา ไม่ยาก

มีเบื้องหลังสนุก ๆ เล่าสู่กันฟังบ้างไหมคะ

มีครับ สมัยก่อนที่ทำคอลเกตบลูมิ้นท์  
ลูกค้าเขาค่อนข้างสตรี้ทท์กับรูปแบบเดิม ๆ  
ผมไปขายงานนี้ต้องเล่นเป็นพระเอก คลซัย  
นี่เล่นเป็นอนันต์ บุณนาค ในโฆษณามาแล้ว  
นะครับ (หัวเราะ) ผมต้องเดินให้เขาดูว่า

“โฆษณาฟูจิ เบิร์ต จาไมก้านี้แหละ  
โหดที่สุดแล้วในชีวิต ดูในรูป โอโห...คง  
เป็นหมู่เกาะกลางทะเลที่สวยนะ มีสีส้ม ไป  
ดูจริงๆ แล้วจะเป็นลม าน...มาก เหมือน  
เมืองลาว

“เวลาดำยรูปก็ต้องบล็อกซีด มุม  
แคบๆ เวลาเดินทางก็ต้องนั่งเครื่องบินที่มี  
ไม้กั้นที่นั่ง เครื่องสั่นตึกๆๆ ดำยเสริจ  
กลับมา พมลาพักร้อนเลย”

ต้องแบบนี้ละ หมุนตัวแล้วหยิบแว่นขึ้นมา  
ใส่ ลงทุนมากครีเอทีฟคนนี้ แจ็คเก็ตแบบ  
โหนดเป็นลายปัก ต้องเอามาให้ดู ไม่งั้นไม่  
อนุมัติ นายใหญ่เขาเป็นฝรั่ง ต้องโชว์ให้  
ดูหมด จะมีไฟไปข้างขวาก็ ทำอย่างไร  
เพราะเขาห่วงภาพพจน์ เกรงว่าคนไทยจะ  
รับได้หรือเปล่า

ผมบ๊ายแล้ว ก็ไปเรียก AE มาเดิน  
ด้วยกันให้เขาดู “นี่นะครับ หมุนขวา 3 รอบ  
แล้วหยิบแว่นมาใส่ แจ็คเก็ตลายนั้นะครับ”  
พอเขาเห็นภาพ อ้อ...เข้าใจ ถึงจะยอมซื้อ  
บางทีนะ ทำๆ ไปลูกค้าซื้อหมดแล้ว คิดไป  
คิดมา เอ๊ะ...มันน่าจะเพิ่มอย่างนี้ เราก็คิด  
มันอยู่นิ่งไม่ได้ละ ถ้ามีอะไรดีขึ้นมา มันจอก



การแสดงอีกมุมหนึ่งของชีวิต

ขึ้นมา ต้องกลับไปหาลูกค้า ขอเปลี่ยนตรง  
นี้ได้ไหม ลูกค้าก็ทำต่างๆ เอ๊ะ...โอ้...มัน  
ยุ่งกัน

ครั้งไหนที่เมื่อลงมือทำจริงแล้วยุ่งยากมาก  
ที่สุด

คราวฟูจิ เบิร์ต จาไมก้านี้แหละ ที่สุด  
แล้ว ถ้าเราดูในรูปนะ โอ้โฮ...เป็นเมืองที่น่า  
เที่ยวจริงๆ คงจะเป็นหมู่เกาะกลางทะเลที่  
สวยงาม มีสีสัน พอเราไปดูจริงๆแล้วจะเป็น  
ลม จน...มาก เมืองหลวงคงสีด็นก็เหมือน  
แบบเมืองลาว คลองเคย ไม่มีอะไรเหมือน  
ในรูปเลย ผมเห็นก็ตกใจ ลูกค้ายกตกใจ  
เบิร์ตเองก็ตกใจ คายละ...จะทำยังไงกันดี

ผมก็เอาแล้ว เริ่มบล็อกข้อดี ดูใน  
หนังสือมันออกมาดูสวย เพราะมันอยู่ในมุม  
แคบๆ ไปถ่ายกำแพงมหาวิทยาลัยมันก็สวย  
แต่ถ้าถ่ายมุมกว้างเมื่อไหร่ พังเมื่อนั้น  
เวลาเดินทางก็ต้องนั่งเครื่องบินจาไมก้า  
แอร์เวย์ ที่มีไม่กี่สิบที่นั่ง เครื่องสั้นตึกๆ  
กลับมาผมลาพักร้อนเลย

มีความเห็นอย่างไรบ้างคะ ต่อเสียงวิพากษ์  
วิจารณ์ว่าแบค อะวอร์ดส์ครั้งที่ผ่านๆมา ซึ่ง  
คุณโอเป็นนายกสมาคม ไม่ว่าจะตัดสินให้  
โฆษณากระเบื้องยี่ห้อหนึ่งได้รางวัล เพราะ  
มีภาพของความรุนแรง

มีคนมองในหลายมุมมองนะ ถ้ามอง  
จากสายตาของประชาชนทั่วไปหรือผู้ใหญ่  
อาจจะรู้สึกว่าโฆษณานี้เน้นความก้าวร้าว  
ของผู้หญิงที่ใช้อารมณ์ แต่ถ้าเรามองใน  
สายตาของครีเอทีฟ การสร้างงานชิ้นหนึ่ง  
ที่สามารถขายสินค้า เขาสามารถดึงดูดที่  
สร้างความทนทานให้กระเบื้องในอีกรูปแบบ  
หนึ่งได้ ก็นับว่าฉลาดในการคิดงานสร้าง  
สรรค์

ผมว่าถ้าครีเอทีฟไปมั่วแต่คิดมาก  
เดียวส่อไปในด้านเพศ มีกฎเกณฑ์อะไร  
มากมาย มันก็จำกัดความคิดของคนทำงาน  
เหมือนกัน ผมว่าอยู่ที่โทนของหนังเหมือน  
กันนะ ถ้าทำให้ขี้เส้นหรือเกินจริงไปเลย จะ  
ไม่มีเสียงวิพากษ์วิจารณ์อย่างนี้ บังเอิญ  
เรื่องนี้มันเหมือนจริงเกินไป

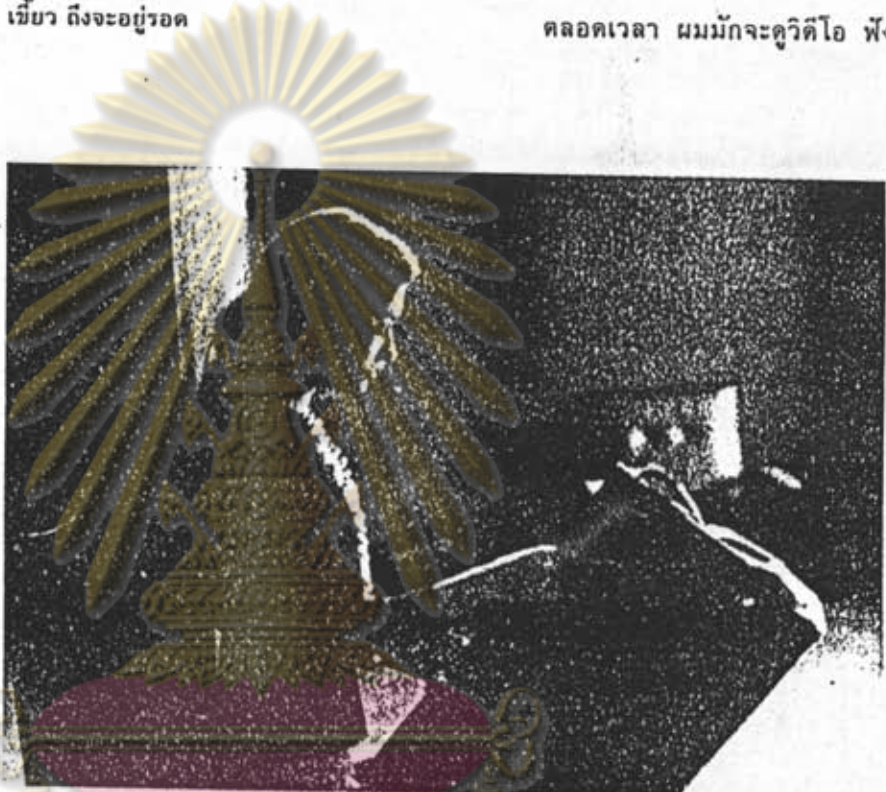
เท่าที่สังเกต ผลการตัดสินของแบค  
อะวอร์ดส์กับแพค อะวอร์ดส์ ก่อนข้าง  
แตกต่างกันมาก

คือแบค อะวอร์ดส์นี้ให้กับคนทำงาน  
มันก็เหมือนกับรางวัลช่างฝีมือ งานนี้ถือปี  
ดี อาร์ตดี จะดูโอเคเป็นหลัก แต่แพค  
อะวอร์ดส์เป็นมุมมองของหลายฝ่าย  
รู้สึกอย่างไรบ้างคะ ที่มีคนมองว่าคนใน  
แวดวงโฆษณาต้องรบราฆ่าฟันกัน ต้อง  
เขี้ยว ถึงจะอยู่รอด

มันก็มีส่วนนะ แต่ผมไม่รู้ลึกอย่างนั้น  
ไม่รู้ลึกว่าเราต้องไปรบกับใคร เรารบ  
กับตัวเอง อย่าให้ตัวเองอยู่กับที่ พัฒนาตัว  
เองให้ดีขึ้น ทำให้งานออกมาดี ครีเอทีฟก็  
พอใจ ลูกค้ายกได้ผลตอบแทนทางการตลาด  
นี่คือสิ่งที่เรารบราฆ่าฟันกับตัวเอง ไม่ใช่กับ  
คู่แข่ง

ทำงานแบบนี้ต้องซาร์จแบตเตอร์รี่สมอง  
บ่อยกระมังคะ

ตลอดเวลา ผมมักจะดูวิดีโอ ฟัง



ผลงานโฆษณาของคุณเคลซี่



# “ผมเป็นคนติดดิน บางทีคนชอบนึก ว่าลขัยต้องใช่ของแบรนด์เนม ต้องยี่ห้อ จริ่งๆ แล้วเป็นคนง่ายๆ ไม่มีฟอร์ม แต่ชอบ ทำอะไรที่ไม่ถูกบังคับ”

เพลง หุดคุ้ยกันคนบ่อยๆ เดินทาง ผมเดิน ทางบ่อยมาก บริษัทส่งผมไปประชุมเมือง นอกบ่อย ได้เห็นอะไรแปลกๆ ครั้งล่าสุด ผมไปที่เท็กซัส ประชุมครีเอทีฟตีวาวอาร์ ทัวโลก เอางานดีที่สุดในแต่ละประเทศ ไปโชว์ แล้ววิจารณ์กัน พอถึงของเรา เขา บอกของเมืองไทยดีนะ แต่ว่าเน้นโปรคักชั่น มากไปหน่อย โอเคเลยไม่ค่อยแรง จริ่งๆ เราสู้เขาได้ไหมคะ

(ตอบทันที) สู้ดี...ย ถ้าเน้นโอเคีย ให้มันแรงขึ้นนะ สบายเลย โปรคักชั่นเรา ไม่เป็นรองใคร แต่เมื่อเทียบกันแล้ว ต่าง ประเทศเขาจะกล้าพูดกล้าทำ มีอารมณ์ขัน มากกว่าเรา ซึ่งจำเป็น อารมณ์ขันเป็นเรื่อง สำคัญ โอเคียคมๆ ชื่อๆ ซัดๆ บางทีคนไทย คิดอะไรลึกเกินไป อันนี้ละจุดอ่อนของเรา อาจจะเป็นเพราะคนไทยละเอียดอ่อนเกินไป ไม่กล้าพูดอะไรตรงๆ กบว.ก็เป็นเงื่อนไข อันหนึ่ง

ถ้าสมมติให้ชีวิตคุณไ้เป็นโฆษณาสักชิ้น หนึ่ง จะพรีเซนต์ตัวเองออกมาเป็นอย่างไร คะ

(อึ่งไปครู่หนึ่ง) โอ้โห...ถามยากจัง ผมว่าผมคงเป็นสินค้าที่ติดดินมาก ไม่เน้น อิมเมจ ใช้งานได้ PRACTICAL มีจุดขาย ซัดๆ ไม่ลอยไปลอยมา เช่น คำว่าดี ก็คือดี ซัดๆ ไม่ได้เป็นสินค้าที่สร้างบารมีหรือสร้าง ภาพพจน์ เป็นสินค้าที่เน้นประโยชน์ใช้สอย อย่างสบู่หรือผงซักฟอกนี่แหละ

จริ่งๆ คุณไ้เป็นคนแบบไหนหรือคะ

เป็นคนติดดิน บางทีคนชอบนึกว่า คลขัยต้องใช่ของแบรนด์เนม ต้องยี่ห้อ จริ่งๆ แล้วเป็นคนง่ายๆ มาก ไม่มีฟอร์ม เลย แต่ชอบทำอะไรที่ไม่ถูกบังคับ แต่ภาพที่ทุกคนเห็นจะรู้สึกว่าเป็นคนที่ เนียมมาก

(รีบปฏิเสธ) ไม่จริงเด็ดขาด ผมเป็น คนที่ไม่มีการเบียดเบียนชีวิตตัวเองเลยนะ อันนี้ จุดอ่อนเลย ไปดูโต๊ะผมเสียบก่อน รกที่สุด คือผมอาจจะชอบแต่งตัวให้ดูดี แต่ถ้าดู รายละเอียดคนนะ จะเป็นตลอด บางวันใส่ดู เท้าสลับข้างกัน กระดุมหลุด เสื้อเยิน กางเกง ยับ แต่ภาพรวมแล้วมันดี เลยไม่ค่อยมีเร สังกะ

ผมจะเป็นคนทำอะไรเร็ว ชาคสติบอย มีอยู่วันหนึ่งผมไปโรงแรมโอเรียนเต็ล ก็ อยากรู้ห้องน้ำ ปวดท้องมาก ผมใจลอย เดินเข้าไปปิดประตู นั่งส้วมเสร็จ แล้วก็มอง ไปที่ช่องประตู เอ๊ะ! ทำไมมีร่องเท้าผู้หญิง ร่องเท้าสันสูงเต็มเลย ตายแล้ว อะไรวะ... ปรากฏเรานั่งอยู่ในห้องน้ำผู้หญิง (หัวเราะ ซ้ำ)

ผมเลยต้องรอให้คนหมดซะก่อน แล้วมันก็ไม่หมดสักที มีร่องเท้าผู้หญิงเข้า มาตลอด รออยู่เป็นนานกว่าจะวิ่งปรี๊ดออก มาได้

อีกอย่าง คือผมจะเป็นพวกแพ่ เทคโนโลยี พวกอุปกรณ์ไฟฟ้า ปุ่มๆ นี้ ถ้า ให้จับ ทั้งหมด คอมพิวเตอร์ยังไม่เป็นเลย ไม่เหมือนน้องอ้อ เขาเป็นเทคนิคแมน ผม นะเหมาะกับปลุกต้นไม้ ชายของเก่า เพลงก็ ชอบพวกบลูส์ พวกแจ๊ส เฟอร์นิเจอร์เป็น เหล็กเป็นโครเมียมไม่ชอบ ต้องหาขาย นำ จะไปเกิดเมื่อ 50 ปีที่แล้วนะ (หัวเราะ)

บางคนเขาว่าเป็นครีเอทีฟต้องเซอร์หน่อย ไม่จริงหรอก ผมว่าครีเอทีฟที่ดีไม่ จำเป็นต้องเซอร์ ไม่ต้องสร้างภาพลวงให้ คนเขารู้สึก ไม่ต้องใส่กำไลรุ้ง มันอยู่ที่ สมอง อยู่ที่การคิดของเรา บุคลิกภายนอก



กับคุณพ่อคุณแม่, คุณมารีสา และ คุณริยม สุโกศล

เรามั่นใจว่าเราทำเป็นพอแล้ว ผมสามารถ  
จะใส่เน็คไทไปทำงานก็ได้ ทำไมครีเอทีฟ  
ต้องใส่กางเกงยีน เสื้อยืด มันไม่มีกฎ  
หรือกว่าเป็นครีเอทีฟแล้วแต่ต้องไม่ได้ ผม  
ว่านั่นเขากลัวมากกว่าว่าคนจะไม่นับถือ  
เลยต้องทำตัวอย่างนั้น ต้องสร้างฟอร์ม  
จริงไหมคะที่พูดกันว่า คนเป็นครีเอทีฟ  
สมองมักจะคิดอยู่ตลอดเวลา

ผมไม่เป็นนะ ผมมักจะคิดเป็นช่วง ๆ  
เฮ้...ตอนนี้เริ่มคิดนะ ตึง...คิด คิดไม่ออก  
ตึง...ปิด ต้องทำอย่างนั้น ไม่อย่างนั้นเป็น  
บ้านะ ยิ่งหมกมุ่น ยิ่งคิดไม่ออก  
ทุกวันนี้ ถ้าพูดถึงควายอาร์ ก็ต้องนึกถึง  
คลชัย คุณโอ้ทำอย่างไรคะ กว่าจะก้าวมา  
ถึงจุดนี้ได้

การรับฟัง ผมเป็นคนที่เปิด ไม่เคย  
คิดว่าผมถูกเสมอไป ลูกน้องเราถูก เราก็  
ต้องฟังลูกน้อง ลูกค้าถูก เราต้องฟังลูกค้า  
แต่ในขณะเดียวกัน ก็ไม่ใช่ว่าเราโอนอ่อน  
จุดยืนของเราอย่างนี้ ถ้าเรารับฟัง เราจะได้  
ปรับปรุงให้ดีขึ้น

จริง ๆ ผมเป็นคนที่ชอบให้ออกาสคน  
ถึงตอนนี้ผมคิดว่าผมพอแล้วในความสำเร็จ  
ผมไม่ได้ต้องการเป็นครีเอทีฟที่เก่งที่สุดใน  
ประเทศไทย ผมต้องการให้คนร่วมงานเก่ง  
และมีความสุขในการทำงาน อันนี้คือสิ่งที่  
ผมหวังมาก อยากให้เขาเติบโตขึ้นมาแทน  
เราได้ในวันหนึ่ง ไม่ได้หวังว่าเก้าอี้ตัวนี้จะ  
ไม่ให้ใครขึ้นมา สักวันหนึ่งต้องมีแน่ ๆ คนที่  
ขึ้นมาแทนเรา เราต้องปั้นคนเหล่านี้ขึ้นมา  
แล้วคุณโอ้จะไปยืนตรงไหน

ผมอาจจะไปทำอย่างอื่นที่เหมาะสม  
ขึ้นในอนาคต ผมคงจะไม่ได้ทำงานโฆษณา  
ไปจนแก่ เรายังมีอะไรที่อยากทำอีกหลาย  
อย่างในชีวิต เพียงแต่ตอนนี้ยังไม่ได้คิด  
ตอนนี้ผมอยากให้คนที่ทำงานกับผมมีความ  
สุข ให้เขาได้ผลิตงานที่ดีที่สุด เป็นที่เลี้ยง  
ที่ผลักดันงานของเขาออกมา ทุกวันนั้นผมจึง  
ทำงานอย่างมีความสุข

ไม่เคยเบื่อเลยหรือคะ

ก็มีบ้าง บางครั้งก็ท้อนะ เราไม่มีสิทธิ์



ไปบ่นให้ใครฟังว่าเราเหนื่อย โดยเฉพาะลูก  
น้อง ไม่มีสิทธิ์ไปบอกเขาว่า อย่าเล่าปัญหา  
นี้ให้ฉันฟังนะ อย่าเข้ามานะ เราต้องรับฟัง  
ทั้งหมด ต้องเปิดประตูรับตลอด บางครั้ง  
ห้อมมาก ปัญหาจะมารุมที่เรารื้อเลย  
เพราะเราเป็น EXECUTIVE CREATIVE  
DIRECTOR แล้ว ไม่ใช่อาร์ตไดเรกเตอร์  
แบบเมื่อก่อน

แต่ยาควนั้นไม่พอใจเรื่องเงินเดือน  
คนนี่ไม่พอใจแผนกนี้ ไม่เป็นธรรม รู้สึกไม่  
ได้รับเกียรติ ทุกเรื่องเราต้องวางตัวเป็นกลาง  
บางทีผมเบื่อบ้าง ไม่ไหว ก็หายไปจากจุด  
นั้นเลย ไปทำอย่างอื่น แล้วรุ่งขึ้นกลับมา

ทำงานใหม่ ผมต้องคอยพยายามเป็นตัว  
กลางระหว่างลูกน้องกับฝ่ายบริหารอีกที  
บางทีพูดเรื่องเงินเดือนเหมือนต่อของเลขนะ  
เจอปัญหาเรื่องการซื้อตัวบ้างไหม

บ๊อบ เบอะมาก ที่ออฟฟิศก็ซื้อตัว  
ที่อื่นมา ที่อื่นมาซื้อตัวที่ออฟฟิศก็มี ผมถึง  
บอกว่ามันอยู่ที่จิตวิทยาการทำงาน ถ้าเขา  
รักที่เดียวแล้วนี่ ผมว่าไม่ใช่แค่เงินที่จะซื้อ  
คนได้ ถ้าเขามีงานที่ดี มีความสุข มีบรร  
ยากาศในการทำงานที่ดี มีเจ้านายที่ดี คู่  
ครองเขา สำคัญกว่าเงินมากๆ แล้วไม่มี  
ความสุข

ดูคุณโอ้เป็นคนใจเย็นนะคะ



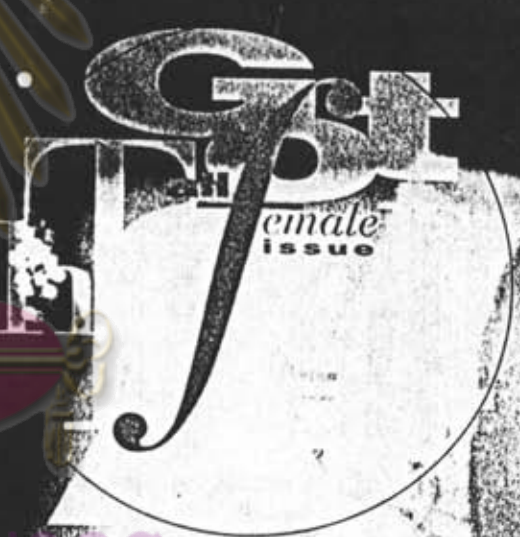
บทสัมภาษณ์ คุณสอดสร้อย ชมธวัช  
ในนิตยสาร Speed ฉบับประจำเดือนพฤศจิกายน 2536

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

# SPREAD

Ad Magazine  
to serve &  
to protect the  
creative  
community.  
AE-Free

50 baht



**2** tooooo... much  
**elizabeth taylor of thai**  
**advertising**

แม่มดเจ้าเสน่ห์แห่งสยามฯ

**wittaya shoots cindy c.**

**babe of the month**

eat, shop + top ten...

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
ทางวัฒนธรรมมทสจวิทยาจารย์

- |               |       |             |
|---------------|-------|-------------|
| Auckland      | NZ\$  | 15.00       |
| Argentina     | Pesos | 20.00       |
| Brazil        | Cr    | \$1,800,000 |
| Beijing       | YFEC  | 100.00      |
| Bangkok       |       | 115.00      |
| Canada        | \$    | 15.00       |
| Chicago       |       | 15.00       |
| Hong Kong     |       | 50          |
| Indonesia     | Rp    | 1,000       |
| London        |       | 5.00        |
| Los Angeles   | \$    | 5.00        |
| Paris         |       | 60          |
| Manila        | P     | 100         |
| New York      |       | 10          |
| Rome          | LIT   | 10          |
| San Francisco |       | 10          |
| Sydney        |       | 10          |
| Singapore     | S     | 10          |
| Tokyo         |       | 10          |



I N T E R  
**view**



*Ahh yes.... famous, flashy, flamboyant and plain good fun.....Khun Sodsoi*

*Chomtharat, executive creative director of Spa advertising. Perhaps the*

*most visible and articulate female in Thai advertising. Recent organiser of*

*the Bangkok Art Directors awards night, SPEED wanted to interview the*

*Elizabeth Taylor of Spa. As usual she was virtually glowing with enthusi-*

*asm about her career and life.....*



photo by jerry hughes

*"If I'm not any good  
you don't have to take me!"*  
คุณยัยจิกขบขันพี่ชาย  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

*I  
can  
get  
away  
with  
a  
lot  
more  
than  
a  
man  
ever  
could!*

**SPEED** So how did it all start?

**SS** Well, I graduated from Georgetown University in Washington, D.C. I majored in music and graphic design there. I went on for my Master's in print making and advertising. Then I went on to complete my doctorate. My doctorate is in art education.

**SPEED** Wow....you're very pretty well educated!

**SS** Well my aunt and uncle have a university here... the Bangkok University. I had intended to come back and teach there so naturally I needed a high degree. I did actually start teaching but then after one semester I came back here just to look around. My cousin Khun Pet asked me if I'd liked to try working here at Spa since I had so much education. I met with Khun Thor and he put me to work in the Spa graphic design dept. starting at only 5000 Baht a month!! I said to myself that won't even pay for a pair of shoes!!! After a year I switched to being a copywriter. But later on I changed back to being an art director, until I was made group head, and then associate c.d. and then creative director and then finally executive creative director.

**SPEED** How long did it take for you to climb to the top?

**SS** Six years!

**SPEED** Wow rapid! Since this is our female issue, how do you feel about the difficulties or advantages of being female in the Thai ad scene?

**SS** I personally don't feel that there are any problems for female creatives. When I first came to Spa....I'm a cousin of the chairman of this company, so that made me feel as if I needed to work twice as hard. I told the managing director, Khun Kitt, if I'm not any good you don't have to take me. I worked very very hard and I really feel that I have earned my position. Because now people don't even care what my family connection is. This family thing was very hard for me but I've got over it now. Being a woman didn't really give me a hard time at all. In fact I think it was a big plus!! the clients tend to be very comfortable working with me. Maybe it's my personality that the clients want to talk to me. I think I can get away with a lot more with the clients (I mean suggesting ideas) than a man ever could! That's a plus!

**SPEED** So you think your strong area now is dealing with clients rather than art direction.

**SS** Being in this position I feel that creative directors

shouldn't go into all the little details. Otherwise why would you want to be in this position? But sometimes I have to check up in some situations, but what I really like is to have enough time to really talk and be with clients, to be partners with them. Plan with them. Create a better job with them and for Spa I can create a bigger account. Now some clients get very angry if I don't go over to see them. Or present the work myself. I try to present all our work myself every time.

**SPEED** So you must be very busy.

**SS** Very!

**SPEED** How did you become to be head of the Bangkok Art Directors (B.A.D.) awards?

**SS** Oh that! I don't know! You get nominated. People from the agencies then select from the nominations. I helped Khun Dolchai last year and I guess people saw how I like to organise things... so they put me to work this year. I can say it's a lot of work! I couldn't do it for more than one year. I want to pay attention to my own job here. I had to put my energies, my secretary's, my copywriter's, my art director's into the project. This year we did everything at Spa from the ticket design to presenting the big night. I promised my boss that I would do this for one year only. Anyway I think that there are lots of c.d.'s out there that can do a better job than I did for this coming year.

**SPEED** It has to be a creative director right?

**SS** Yes.

**SPEED** So organizing the B.A.D. awards was hard work, were there any big problems you encountered?

**SS** Oh yes. Because there are a lot of people involved in organising the big night, everybody has their own idea how it should look. Some want dancing, a big showtime look. Others want a very clean straight no nonsense feel. So I had to try to compromise to please everybody...not easy. I tried to put in the awards night something people could learn a little from. This year we showed the grand prix T.V. commercial from Cannes and also new techniques in post production. We had some laughs with the hidden camera film clip. Of course to get all this done you have to have money! lots of money. I called everybody and said please please give me some! We produced a nice looking book on the awards, and we still have some money left over! We have donated it to a temple in the south of Thailand.

In Nakhon Sri Thammarat. We're building them a library. We will also buy them the books and supply them with a teacher as well. We have also held a workshop for 20 young art directors and copywriters.

**SPEED** What about the fact that everybody was upset that not many gold awards were handed out on the night?

**SS** I think that everybody realises now that the work was not very good this year. Definitely no better than last year. I want to see improvement. We have to keep our standards, people have to realise that to get an award is not an easy thing. We want people to work harder.

**SPEED** Do you feel it is unfair that if a campaign wins an award, the whole team that worked on it doesn't share in the award as well. In the 4A's in Hongkong and other countries everybody receives a copy of the award with their name on it... not just the creative director.

**SS** Well I see what you mean. That sounds like a good idea. You'll have to ask the team that came up with the rules. Khun Bhann, Khun Thor etc. One thing that I would like to say about the T.A.C.T. awards at this point was that I was rather angry how the organisers sent out a letter to all those finalists saying that their work was a finalist. So all those clients booked tables for the night, everybody was very excited, but on the night they were handed a little brochure with only the final 4 finalists shown. Everybody was so shocked. All my clients I could see on their faces were very upset. They asked me where were their work that the letter promised? I saw a lot of our clients leave after dinner. I have no idea why the organisers did this. Why bother to send that letter? By cutting the finalists in the brochure down to 4 only you could easily see who was going to get the awards. That's no fun is it! I could see it in the clients eyes.

**SPEED** Anything you'd like to say about the industry?

**SS** Yes, this year I had the chance to go to a world meeting. Spa belongs to a group called 3A. I heard people from all over the world, from different agencies talk about advertising. Everybody talked about cutting costs, a lot of agencies are in a lot of trouble, especially in America. I saw a lot of work, and I can see in America they have gone back to very basic advertising in small simple 15 second T.V. ads, 30 seconds at the most.

Clear ideas. Maybe some humour. But NO big productions. They said nowadays the clients want to spend less and get better results. In Thailand we are enjoying the good times at the moment. Wow, we have 3 or even 4 minute commercials!! I can feel it in my bones that this can't continue. My clients even now are asking that we can produce effective commercials in a less amount of time. That's what I'm afraid of now. My creatives tend to want to come up with a long TV commercial. The new generation of creatives want big tv ads with big production but they aren't thinking about the clients. We should train our people to think short! You don't need big productions if you have a good idea.

**SPEED** would you start your own agency?

**SS** No, I will probably leave one day but not to start my own agency. The pressure in this industry is too high for me. This is my seventh year in advertising and I smile less and less. I'd like to teach again. Teach advertising. I have the experience and also the degree.

**SPEED** What would you like to see in Speed magazine?

**SS** Well I like SPEED. The interviews are great. I would like to read articles on different new aspects of the industry. Like a spotlight on special effects for example. I think creative people in Thailand don't like to read too much! Lazy I think. So it's very important to have good pictures and then slip in some information articles as well and the industry will love SPEED. I understand your difficulty in printing in two languages. I don't know how you can get around that problem. I think it's not too bad as it is.

**SPEED** Anything else you'd like to add?

**SS** Well I'm a happy person. I work in this industry because I love my work. Otherwise I wouldn't be doing this. I'd be sitting at home. So long as I'm happy I'll be here. That's why I said I wouldn't start my own agency because I think I wouldn't have as much fun as being a creative director!



ภาคผนวก ค

งานประกาศรางวัลโทรทัศน์ยอดเยี่ยมของประเทศไทยจัดโดย สมาคมผู้กำกับศิลป์บางกอก

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาณุ อิงคะวัต แห่งดีไอเบออร์เน็ต  
เดินขึ้นเวทีรับรางวัลชนะเลิศ



พิทยา นนทเปารยะ  
รับรางวัลการถ่ายภาพยอดเยี่ยมไปหลายรางวัล



สัญลักษณ์ของ Beauty and Brain



มีมอภิมมีใจนสึมน้ำหนักของที่อยู่ในมือ



คลชัย บุณยะรัตเวช แห่งดี วย แอนเคอร์  
เมื่องานของการจัดงานครั้งนี้



ส่วนหนึ่งของการแสดงบนเวที

### งามอย่างมีสมอง -- ของคนโฆษณา

แล้วรางวัลที่คนโฆษณา'รอคอยก็มาถึง ในปีนี้การแจกรางวัล Bad Award ครั้งที่ 7 จัดขึ้นที่ห้องบอลรูม โรงแรมแรงกริ-ลา โดยผู้จัดตั้งชื่องานว่า Beauty and Brain แปลเป็นไทย(ตามประกาศนียบัตร)ว่า สูตรสำเร็จความงามที่เกิดจากการทำปฏิกริยาระหว่างความสวยกับความฉลาดในอัตราส่วน 1 ต่อ 1

ดูเหมือนว่าชื่อ'ความงามและสมอง'(แปลเป็นไทยตามประกาศนียบัตร)สามารถคุมขอบข่ายและรูปแบบของงานไว้ได้ทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นรายการแสดงบนเวที บทพูดของพิธีกร ตลอดจนถึงรางวัลที่ได้รับการคัดสรรแล้วว่า เป็นงานที่ผสมผสานความงามและความฉลาดไว้อย่างกลมกลืน

น่าเสียดายที่งานบางชิ้นซึ่งดูแล้ว'ด้อยคุณค่า'ไปสักหน่อย เพราะเป็นผลงานที่แสดงถึง 'ความคิด'ซึ่งส่อไปในทางที่ดูถูกสตรีเพศ ได้รับรางวัลกับเขาด้วยในครั้งนี้



ภาพ: สุวิทย์ สิมศิริ

# ระยิบระยับ



สูตรสำเร็จความงาม  
BAD AWARDS 1992



|| ลัวก็ถึงวันที่คนโฆษณา  
ได้พบปะสังสรรค์เพื่อลุ้นรางวัล  
BAD AWARDS 1992 ของสมาคม  
ผู้กำกับศิลป์บางกอก ตาม Theme  
ของงานที่ว่า Beauty and Brain ที่  
ห้องแกรนด์บอลรูม โรงแรม  
แชงกรีล่า

บรรยากาศในงานเต็มไปด้วย  
กลิ่นอายของชนชั้นปัญญาชน ที่มี  
เสียงในเรื่องแสดงความยินดีกันถ้วน  
หน้า รางวัลปีนี้ก็มีทั้งหน้าเก่าหน้า  
ใหม่สลับเปลี่ยนกันรับ บางแขนงก็  
กันหอบรางวัลกันตัวแข็ง โฆษณา  
ดัง ๆ อย่างฟูจิฟิล์ม "จาไม่ก้า"  
ที่มีพี่เชนเตอร์อย่าง องชัย แมค  
อินโดย์ ก็คว้าไปถึง 5 รางวัล ทำเอา  
ประธานจัดงานอย่าง ตลชชัย บุญ  
ยงสวัสดิ์เวช ยิ้มแก้มปริ ก็ไม่รู้ว่า  
ปลื้มเพราะได้รางวัลหรืองานสำเร็จ  
ด้วยดีกันแน่ ยิ่งใจก็ขอปรบมือให้  
ด้วยใจจริง...

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



พิธีกรคู่สุดโต "สิริยุธา สุตวาท-จิรา ภิรมย์วัฒน์"



ส่วนหนึ่งของผู้ที่ได้รับรางวัล



บ๊องบ๊องไฮโซกับหมกหมิ่น ช่างมีสิทธิ์-มร.เช็กดี-คณิน บุณยะโรตเวจ



ส่วนหนึ่งของการแสดงบนเวที

**BAD AWARDS' 92**

อีกสารพัดมีที่ ดอญ บุณยะโรตเวจ นายภรรยาเจ้าหญิงคิปปิราชธิดา จัดงาน "BAD AWARD 1992" ที่ห้องพารกัมบอลูม โรงแรมพรภริยา เพื่อมอบรางวัลให้เป็นขวัญและกำลังใจสำหรับคนชายความศักดิ์ในแวดวงไฮโซ ซึ่งบรรณาการในวันงานมีตั้งแต่

ความอบอุ่นและเป็นกันเอง โดยมีผู้คนในวงการไฮโซและผู้ที่เกี่ยวข้องมาร่วมงานกันอย่างอุ่นหนาฝาคั่ง ซึ่งรูปแบบของงานจัดได้ตระการตาตระการใจยิ่งไม่แพ้กันเป็นงานไฮโซทีเดียว โดยคอนเซ็ปต์ของงาน "BAD AWARDS 1992" ในปีนี้คือ "Beauty & Brain" ซึ่งจะเต็มไปด้วยความสนุกสนานและเพลิดเพลินกันไม่ขาดสายในยามค่ำคืนไฮโซตามเจ็ดวัน มีน้ำต๊ะ...โชนตามแต่จะชินหูคุ้นดี ไม่มีที่ติ ยิ่งกับจะต้องมาฟัง "จับผิดโฆษณา" กันเลย



ส่วนหน้าเวทีกับอภิมหา-ฉันทน์-คณิน



มาแต่เจ้าชายนัด "คณิน บุณยะโรตเวจ"



ดีเอ็นเอของสกลสิทธิ์ ภิรมย์



คอนเซ็ปต์ของงานในปีคือ "Beauty & Brain"



Conan show "ดี" สาขานิตยสารไฮโซตามเจ็ดวัน 15 รางวัลยอดเยี่ยม



ดีเอ็นเอ "ดี" สาขานิตยสารไฮโซตามเจ็ดวัน 30 รางวัลยอดเยี่ยม



Bad show "ดี" สาขานิตยสารไฮโซตามเจ็ดวัน 30 รางวัลยอดเยี่ยม





โหมหน้าประชุมกรรมการตัดสินผลงานปี



ทีมของดีโอ เบอร์เนทท์ ถวายไป อ รางวัล คู่ขวัญนักวิ่งชนาโหม



ทีมของดี.วอ. ฮาร์. ปีนี้คว้า 2 รางวัล



นางงามปากฉิ้น สุนัข นาการี ส่งเข้าประกวด MISS BAD โดยชินเดือนนิตเปา.

## รางวัลของदनโหมชนก



โหมหน้าทีมงานวิเทศวิธีเจ็ด  
รับรางวัลชุด "รับรอง" ของ DURAGRESS

เรื่อง : "แสงสี"

ภาพ : สมบูรณ์ พุดจากภพมสุข



เพราะภาพสวยๆ เพลงไพเราะๆ และหูเสียดๆ ทั้งหลายจากงาน โหมชนก ต้องผ่านการค้น-คิด-กลั่นกรองมาจากคนโหมชนก จึงได้มีการมอบรางวัล BAD AWARDS 1992 ซึ่งจัดโดยสมาคมผู้กำกับศิลป์บางกอก ณ ห้องแกรนด์บอลรูม โรงแรมแชงกรี-ลา ซึ่งทั้งคนโหมและคนนอกวงการให้ความสนใจกันอย่างหนาแน่น

กว่าจะเริ่มงานก็เล่นเอาเนิ่นนาน มีการแสดงจากดารานักเรีองมากหน้าหลายตา สลับด้วยวิดีโอ เรือกอารมฉันทันลูกเล็กได้ทอดอสนใจบรรดาอากาศในมาระหว่างการตัดสินใจคล้ายๆ กับคู่มือกลางแปลง เพราะมีเสียงโหมเสียงแซวตลอดรายการงานนี้คนโหมชนกก็มีสิทธิ์กลั้วลิ้น (เพราะรับเข้าไปชิม) ก่อนจะปิดรายการด้วยประกาศผลภาพยนตร์โหมชนกทางทีวี "ความยาวเกินกว่า



พิธีมอบรางวัล ในภาพนางงามของออกสู่สุทธาน

30 นาที ได้แก่ DURAGRESS ชุด "รับรอง" คำว่า ช้อชนะเหนือสุดจาไมก้า กับ WORLD PHONE ท่ามกลางความนึกหวังของใครหลายๆ คน ก็เลยเกิดอาการ ก-ร-อ-อ ทางความ รู้สึกไปตามๆ กัน หรือว่าจะเป็นที่ถูกใจของใครบางคนที่ชอบความสะใจ

ศูนย์รวมความรู้  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ไอ้...เฮส แบค ออว์ทส์

◆ ชื่อเต็ม ๆ ของสมาคมฯ ออกที "สมาคมผู้กำกับศิลป์บางกอก" (BANGKOK ART DIRECTORS ASSOCIATION) แต่ย่อแล้วค้นไปพ้องเสียงกับคำว่า "เดวไรโอ" ในภาษาอิตาลีที่แปลว่า "พระจันทร์" คล้าย พุฒอรรถวิเศษ ประธานแบค และคณะกรรมการบริหารแบค พอดอกพอใจใจไว้อ่อนน้อมถ่อมตนหน้า แดงแจก เป็นรางวัล "แบค ออว์ทส์" ให้กำลังใจกับหนังโฆษณาสร้างสรรค้ออกเยี่ยมมาหลายปีแล้ว

ปีนี้แข่งขันเหมือน สมาคมแบคจัดงานประกาศผลรางวัล แบค ออว์ทส์ อีกครั้งเมื่อวันที่ ๒๒ กรกฎาคม ที่โรงแรม ๗ ที่ลงแคว้นบอยสุม วิลเลียมเซมวารี-อว ไท้ชื่องานคราวนี้ว่า "นิวส์ แอนด์ เบเวน" อันเป็น ๒ โหมดหลาย ๆ ส่วนของหนังโฆษณาที่ถูกหยิบยกขึ้นมาเป็นคอนเซ็ปต์งาน คือการทำโฆษณาบางเรื่องจะทั้งสวยและมีสมอง บางชิ้นอาจจะสวยแต่ไม่มีสมอง ไม่สวยแต่มีสมอง ฯลฯ แบ่งงานโฆษณาเป็น ๑,๐๐๐ ชิ้นที่ส่งเข้าประกวดออกเป็นประเภทดังนี้ โฆษณาทางวิทยุ โฆษณาทางนิตยสาร การพิกซีไซน์ ภาพยนตร์โฆษณาความยาว ๑๕ วินาที, ๓๐ วินาที, และมากกว่า ๓๐ วินาที แต่ละประเภทยังขอออกเป็นอีกหลายสาขา

ดีโอ เบอริเนท การตรวจรางวัลกับบริษัทเทียบตามเคย งานทุกสนามคืนเหรียญตามประกาศโฆษณา แต่ละค่ายปลกปล่อดึงเสียงเชียร์กรีกกรีกทมหตทุกหลอดเสียง เมื่อเห็นการทดลองของคนที่ได้รางวัลเสนอเข้าจึงโดยการฉายให้เห็นบนเวที คำอโหมเป็นฝรั่งก็...ไอ้ เฮส เฮส ๆ...คังคังจนรอยยิ้มของงานได้เลอกรับ



- (1) อริย์ ทวีภักดิ์สินธุ์ จาก... ดีดีดีไอที ดีดีดีแวนด์ที... ออกมาจกอดีดีดีดีดี... กับคนเวที เทอเทอเวอไรโอ... ใจว่าไม่มีการเปลี่ยนแปลง
- (2) อู๋ อู๋ คนนี้ไอ้ไอ้ ไอ้ไอ้... หัวง่ นกอิน เป็น คล้าย... พุฒอรรถวิเศษ
- (3) สรวิทย์ ปุ่กุก กับ สด... สร้อย ชอวริช กรมการ... ร่วมทีสินโนไอ้ไอ้ไอ้ไอ้ไอ้... งานใน
- (4) คลีเม่ย์ จันทกานาบุรดี อู๋ชาย... บบแป๋ ๓๓ เมื่อไปฉายใน... รางวัลทองปู้จี้ ตอนนี่เดือน... คำรทงเเป็นผู้จัดการฝ่าย... ราชชนนี
- (5) คณะบดีคณะนิติศาสตร์... จุฬาร ศาฎี มีวิทยุอริย์ มา... เป็นนักร้องด้วยบราวน์
- (6) กาญจ ธีงศรี ประธาน... คณะกรรมการตัดสิน ขึ้นรับ... รางวัลการพิกซีไซน์ สาขา... ออกแบบสื่อกลางเชิงออก... เมียม จุก "อานอชี่ ธีง... ๓๓๓" จากวันนี่ ไทรกฤษ... คณะบดีคณะนิเทศศาสตร์ ม... ศิลปากร
- (7) พิทยา พนทป่างะ วัช... รางวัลอำนวยการข่าวอออก... เมียม จุก "เวอริชชชช ของ... พลลลลผู้จัดการ" ประเภท... โฆษณาทางนิตยสาร
- (8) ประภคินโฆษณาทง... ลีอิมทีชี่นทีอากันแหว่ง... คำผู้จัดการ กับ ประธาน... อู๋ปอช ธีงศรี ปอช... วัช คำว่านิตยสารอออก... ออชี่นทีอากัน "สาม... ๓๓ โขประธานอากัน
- (9) สรวิทย์ ปุ่กุก กับ อู๋... คลีเม่ย์ที มีคำกับนิต... ภาพนิตยสารโฆษณาทง... ๑๕ โขประธานอากัน "๓... COMMERCE SUCCESSOR"
- (10) โฆษณาพูด "มีกิดีน ๓๓"... ซอลลลลลลลลลลลลลลลลลล... คำว่านิตยสารอออกของทง... โฆษณาทง ๓๐ วินาที
- (11) สุรารณ จุก "ออริช"... ชอช ๓๓๓๓๓๓๓๓๓๓๓... รางวัลอออกนิตยสารทง... ๓๐ วินาที
- (12) อู๋ปู้พีม "ชาไมกั" ภาพ... รางวัลนิตยสารอออกในประภค... ๓๐ วินาที
- (13) ออชี่นทีอากันนิตยสารทง... ๓๐ วินาที
- (14) นิตยสารนิตยสารอออกนิตยสารทง... ๓๐ วินาที
- (15) ร่วมกิดโดยอิมทีชี่นทีอากัน... ๓๐ วินาที
- (16) พิทยา พนทป่างะ วัช... รางวัลอำนวยการข่าวอออก... เมียม จุก "เวอริชชชช ของ... พลลลลผู้จัดการ" ประเภท... โฆษณาทางนิตยสาร
- (17) พิทยา พนทป่างะ วัช... รางวัลอำนวยการข่าวอออก... เมียม จุก "เวอริชชชช ของ... พลลลลผู้จัดการ" ประเภท... โฆษณาทางนิตยสาร
- (18) พิทยา พนทป่างะ วัช... รางวัลอำนวยการข่าวอออก... เมียม จุก "เวอริชชชช ของ... พลลลลผู้จัดการ" ประเภท... โฆษณาทางนิตยสาร
- (19) พิทยา พนทป่างะ วัช... รางวัลอำนวยการข่าวอออก... เมียม จุก "เวอริชชชช ของ... พลลลลผู้จัดการ" ประเภท... โฆษณาทางนิตยสาร
- (20) พิทยา พนทป่างะ วัช... รางวัลอำนวยการข่าวอออก... เมียม จุก "เวอริชชชช ของ... พลลลลผู้จัดการ" ประเภท... โฆษณาทางนิตยสาร

พจนานุกรมศัพท์  
พจนานุกรมศัพท์  
พจนานุกรมศัพท์

## BAD AWARDS ปีนี้ไปไหน?



งานแจกรางวัลของคน  
โฆษณาiong ๆ Tact awards อยู่  
หลายปี แต่มีมือก็ไม่ต่างกันเท่าไร  
Concept หลักของการตัดสิน การ  
แจกรางวัล เขาวัยคมาจาก Clio  
Awards คือเลือกสรรแต่กรรม-  
การตัดสินผู้ทรงคุณวุฒิทั้งสิ้น ซึ่ง  
ส่วนใหญ่คงหนีไม่พ้นรุ่นบุกเบิก  
วงการ ที่สำคัญตัดสินใจแบบ Mar-  
keting ไม่ยุ่งมุ้งแต่ Art

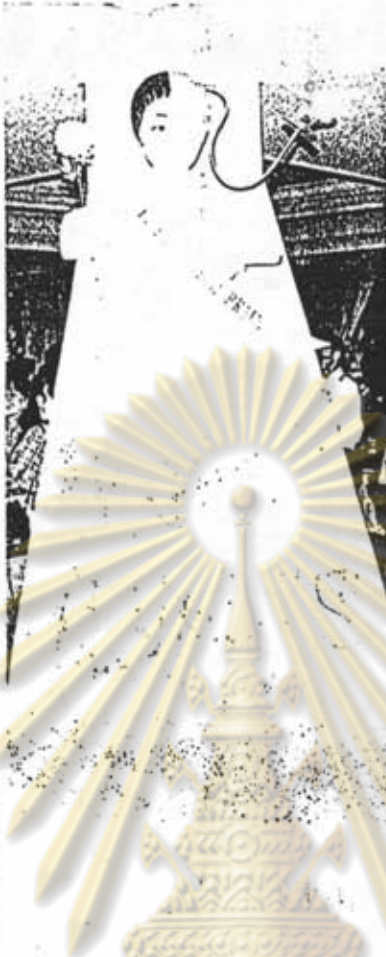
Beauty & Brain งานที่ได้  
ชื่อมาจากหนัง Beauty & the  
Beast Concept นี้พอดีตรงกับ  
การประกวดนางงามจักรวาลในปีนี้  
ซึ่งจัดที่บ้านเรา สวยมีสมอง คือ  
ตัวสะท้อนผลงานของผู้ที่ขึ้นไปรับ  
รางวัลรวมไปถึง การจัดงานอย่าง  
ชาญฉลาด มีลูกเล่น-เรียกเสียง  
เฮฮาจากคนโฆษณาได้ไม่ขาดสาย  
สมกับเป็นงานของ Art Director  
ชั้นนำของไทย

ผลงานที่ได้รางวัลปีนี้ปะปน  
กันดี บ้างก็เป็นผลงานที่ตกค้าง  
มาจากหลายปีก่อน บ้างก็เป็น  
ผลงานของปีที่แล้วเลยค่อนข้าง  
งงกับช่วงเวลากำหนดกฎเกณฑ์  
ของ Bad มาก ผากไปยังกรรมการ  
ปัทมาช่วยดูแลในส่วนนี้ด้วย



1. ปะระยาน BAD ยุคหนึ่ง คนชื่อ บุณยะ-  
ไพโรธร
2. Beauty & Brain Concept ๒๒๔๗๓๓
3. พลมณฑลของเด็กรุ่นใหม่
- 4.-5. พิธีกร 2 คู่ 4 สไลด์
- 6.-7. เส้นสีของ BAD อยู่ตรงนั้น
8. ทีม D, Y & R (Dolchal, Young &  
Reward) ขึ้นรับรางวัล
9. อนวิวัฒน์ กับพาอไปไหนหว่า (๒๒๔๗๓๓  
นะครัน)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



สมาคมผู้กำกับศิลปะบางกอก (BAD) ได้  
 ฤกษ์ประกาศรางวัล BAD Awards แก่ผล  
 งานโฆษณาชั้นนำยอดเยี่ยมไปแล้ว เมื่อเป็นวัน  
 สุครีที่ ๑๐ กรกฎาคม ที่ห้องแกรนด์ บอลล์  
 รูม โรงแรมแชงกรี-ต้า พร้อมกับมอบเงิน  
 รายได้จากการจำหน่ายบัตรให้กับมูลนิธิเพื่อ  
 การพัฒนาเด็ก

บรรยาภาศสนุภณณกันเอง มีคน  
 ไหวแหวงโชนดณไปวรมกันนกรกย เพื่อลัน  
 ผลการตัดสินไนแต่ละประษษท  
 เฌียงเชียรไนมรณเง็งดงยงกับเชียรกัทำ  
 เลยละคัะ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

# G O S S I P



## รางวัลคนเก่ง

ด้านของการตัดสินรางวัล แมก ฮอว์ค 1992 ก็คงดีไม่น้อย โห่กันโห่กันมาได้มี- ออกปริ่มใจกับงานที่สร้างสรรกับมากทั้งปี ตลอด บุษบะรัตเวช นายกสมาคมบางกอก ฮาร์ต- ไคเรกเตอร์ ก็จัดงานนู ๆ สำหรับคนในวงการ ไปร่วมสนุกสนานและชื่นใจกับรางวัลที่มอบใน- วันนั้นด้วย ผลงานยอดเยี่ยมที่ได้รับ ประเภท BEST PRESS ADVERTISING ปีนี้เป็นของหนังสือ- พิมพ์ผู้จัดการ ในชื่อ 'รถรับศพ'

รางวัลคนเก่งอย่างนี้ ปีหน้าจะยิ่งฮอต- ไซม์เนี่ย



1. สาวงาม แมก ฮอว์ค 1992
2. สักขณา ศิริวงศ์ จากละครชุด
3. สอดสวย ชะววี หนึ่งในคณะกรรมการกาตัดสิน
4. นิดา สุทัศน์ ณ อยุธยา ปกาวรีย์ วัฒน- กานนท์ และ กาญจนา อึ้งลวาท
5. ส่วนหนึ่งของคนเก่งปีนี้
6. ปูน และ จิตรกร ปุศรักษ์ จาก เดอะ สตูดิโอ
7. เศรษฐา, ญาณี 2 ทวีกร
8. ตลอด บุษบะรัตเวช นายกสมาคม
9. BEAUTY AND BRAIN มัญฉกษณ์

จาก BAD AWARDS 1992

## ประวัติผู้เขียน



นายธนวัฒน์ บุกหุด เกิดเมื่อวันที่ 14 กันยายน 2500 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญา  
นิเทศศาสตรบัณฑิต (เกียรตินิยมอันดับ 1) ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์-  
มหาวิทยาลัย และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2535 และสำเร็จการศึกษานปีการศึกษา 2536

ประสบการณ์ในการทำงาน อยู่ในแวดวงโฆษณาโดยตลอด รวมเป็นระยะเวลา 14 ปี  
เริ่มจากการดำรงตำแหน่ง ครีเอทีฟ ซูเปอร์ไวเซอร์ ในบริษัท แอมเม็กซ์ แอนด์ เกรย์ แอ็ดเวอร์-  
ไทซิ่ง จำกัด จนได้รับตำแหน่งผู้อำนวยการบริหารฝ่ายความคิดสร้างสรรค์ ในบริษัท แอมเม็กซ์ ทีม  
แอ็ดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด ด้วยรางวัลทางความคิดสร้างสรรค์กว่า 100 รางวัลจากทั่วโลก และได้  
รับรางวัลยกย่องให้เป็นนักคิดสร้างสรรค์ยอดเยี่ยมแห่งเอเชีย ในปี พ.ศ. 2535

ปัจจุบันดำรงตำแหน่งเป็นผู้อำนวยการบริหารฝ่ายความคิดสร้างสรรค์ (Executive  
Creative Director) ของบริษัท พาร์อีสท์แอ็ดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด (มหาชน) และเป็นที่ปรึกษา  
ของบริษัท แลคติจูด จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทรับจัดงานพีธีเช่นเดชั่น ที่ปรึกษาบริษัท แกรมมี่ เอนเทอร์-  
เทนเมนท์ จำกัด ฝ่ายรายการ ที่ปรึกษารายการเรดิโอ โน พร็อบเบลม ของบริษัท เอโทมมีเดีย  
จำกัด และที่ปรึกษาของนิตยสารมาร์เก็ตติ้ง ดีไซน์ ในเครือมีเดียพิกส์



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย