



ตัวละครสุดสร้างสรรค์ในการตลาด: ศึกษาการออกแบบตัวละครและความสำเร็จของตราสินค้า  
CHARACTER STARDOM IN MARKETING: A STUDY OF CHARACTER DESIGN AND  
BRAND SUCCESS



ณัฐมล นิลจันทร์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2566

ตัวละครสุดสร้างสรรค์ในการตลาด: ศึกษาการออกแบบตัวละครและความสำคัญของตราสินค้า



ปริญญานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด  
คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
ปีการศึกษา 2566  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

CHARACTER STARDOM IN MARKETING: A STUDY OF CHARACTER DESIGN AND  
BRAND SUCCESS



NATTAMOL NINCHAN

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION  
(Business Administration (Marketing))

Faculty of Business Administration for Society, Srinakharinwirot University

2023

Copyright of Srinakharinwirot University

ปริญญาานิพนธ์  
เรื่อง

ตัวละครสุดสร้างสรรค์ในการตลาด: ศึกษาการออกแบบตัวละครและความสำเร็จของตราสินค้า  
ของ  
ณัฐมล นิลจันทร์

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าปริญญาานิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก ..... ประธาน  
(รองศาสตราจารย์ ดร.อินทกะ พิริยะกุล) (รองศาสตราจารย์ ดร.ระพีพรรณ พิริยะกุล)

..... กรรมการ  
(อาจารย์ ดร.เบญจมาศ สิริใจ)

ชื่อเรื่อง	ตัวละครสุดสร้างสรรค์ในการตลาด: ศึกษาการออกแบบตัวละครและความสำเร็จของตราสินค้า
ผู้วิจัย	ณัฐมล นิลจันทร์
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2566
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. อินทกะ พิริยะกุล

การศึกษานี้มุ่งค้นคว้าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวละครยอดนิยมในการตลาด เช่น Hello Kitty, Uncle Roger และ Mickey Mouse โดยใช้ข้อมูลจาก Google Trends เป็นตัวแทนสำหรับความสนใจของผู้ชม และเก็บรวบรวมดัชนีปริมาณการค้นหาสำหรับตัวละครที่มีชื่อเสียง 100 ตัวในช่วงระยะเวลา 72 เดือน ข้อมูลถูกทำให้เป็นมาตรฐานโดยใช้ตัวละครมาตรฐาน และระบุจุดสูงสุดของปริมาณการค้นหาเพื่อวิเคราะห์หาเหตุการณ์ที่กระตุ้นความสนใจของผู้ชม การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณถูกดำเนินการเพื่อตรวจสอบอิทธิพลของปัจจัยต่างๆ รวมถึงคุณลักษณะการออกแบบตัวละครและหมวดหมู่ของเหตุการณ์ ที่มีต่อดัชนีปริมาณการค้นหาที่ทำให้เป็นมาตรฐานแล้ว ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าสาเหตุของการค้นหาตัวละครเช่น การเปิดตัวภาพยนตร์ ข่าวบลิ๊ก และความร่วมมือส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อความสำเร็จของตัวละคร ในขณะที่คุณลักษณะการออกแบบตัวละคร เช่น ความน่ารัก การรวมตัวของสิ่งมีชีวิตและไม่มีชีวิตและภาพเคลื่อนไหว ไม่ได้แสดงอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ งานวิจัยนี้ให้ข้อมูลเชิงลึกที่มีค่าสำหรับนักการตลาดและนักออกแบบตัวละครที่ต้องการเพิ่มความสำเร็จของตัวละครในตลาด

คำสำคัญ : การตลาดโดยใช้ตัวละคร, ภูเกิลเทรนด์, ความน่ารัก, การรวมตัวของสิ่งมีชีวิตและไม่มีชีวิต, ภาพเคลื่อนไหว, สาเหตุของการค้นหาตัวละคร

Title	CHARACTER STARDOM IN MARKETING: A STUDY OF CHARACTER DESIGN AND BRAND SUCCESS
Author	NATTAMOL NINCHAN
Degree	MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
Academic Year	2023
Thesis Advisor	Associate Professor Dr. Intaka Piriyaikul

This study investigates the factors contributing to the success of popular characters in marketing, such as Hello Kitty, Uncle Roger, and Mickey Mouse. Using Google Trends data was used as a proxy for audience interest, and we collected search volume indices for 100 famous characters were searched over a 72-month period. The data was normalized using a benchmark character, and peaks in search volume were identified and analyzed to determine the events driving audience interest. Multiple regression analysis was conducted to examine the influence of various factors, including character design attributes and event categories, on the normalized search volume index. The results indicated that Drivers of Search Popularity such as movie releases, blog news, and collaborations significantly impacted character success, while character design attributes like baby face ,creature fusion and the animation did not show significant influence. This research provides valuable insights for marketers and character designers seeking to enhance the success of their characters in the market.

Keyword : Character marketing Google Trends Baby Face Creature Fusion Animation Drivers of Search Popularity

## กิตติกรรมประกาศ

ปริญญาานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องด้วยความเมตตา และเสียสละเวลาอันมีค่า ในการให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจาก รองศาสตราจารย์ ดร. อินทกะ พิริยะกุล ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาานิพนธ์ฉบับนี้ ที่ได้ให้คำปรึกษา แนะนำ และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง ตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนกระทั่งได้เป็นปริญญาานิพนธ์ฉบับสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

สุดท้ายนี้ ขอกราบขอบพระคุณพ่อ คุณแม่ และน้องสาวทั้ง 2 คน ที่ให้การสนับสนุน และให้การช่วยเหลือจนประสบผลสำเร็จในครั้งนี้ และขอขอบคุณพี่ลูกโบว์ พี่ลูกเอ๋ย พี่ลูกมอส พี่ลูกหยก พี่เหมยและพี่โย่ รวมถึงกลุ่มพ่อและแม่ น้องอนิว ที่ให้กำลังใจ และคำแนะนำในการทำปริญญาานิพนธ์ ผู้วิจัยรู้สึกขอบคุณเป็นอย่างมากสำหรับมิตรภาพที่ดีที่มอบให้เสมอมา

ณัฐมล นิลจันทร์

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ .....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ .....	ฎ
บทที่ 1 .....	1
บทนำ.....	1
ภูมิหลัง .....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย .....	2
ความสำคัญของการวิจัย .....	2
ขอบเขตของการวิจัย .....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
กรอบแนวคิดในการทำวิจัย.....	7
สมมติฐานการวิจัย.....	8
บทที่ 2 .....	9
แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
1. แนวคิดทฤษฎีน่ารัก (Kindchenschema).....	9
2. แนวคิดการรวมตัวของสิ่งมีชีวิตและไม่มีชีวิต (Creature Fusion) .....	14
3. แนวคิดภาพเคลื่อนไหว(Animation) .....	22
4. สาเหตุของการค้นหาตัวละคร (Drivers of Search Popularity).....	27



5. ระยะเวลา (Time Elapsed).....	30
6. แนวคิดดัชนีความสนใจ (Attention Index) .....	31
7. Google Trend .....	33
8. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเชื่อมโยงตราสินค้า (Brand Association) .....	35
9.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	39
บทที่ 3.....	44
วิธีดำเนินการวิจัย.....	44
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง .....	44
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล .....	46
บทที่ 4.....	57
ผลการศึกษา.....	57
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	57
บทที่ 5.....	64
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	64
ความสำคัญของการวิจัย .....	64
สมมติฐานในการวิจัย.....	64
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	65
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา.....	65
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน .....	66
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	68
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	69
บรรณานุกรม .....	70
ภาคผนวก.....	81

ประวัติผู้เขียน.....401



## สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 5 แสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลต่อการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคทั่วโลก โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ในรูปแบบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงด้วยวิธี Enter..... 60



## สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิด .....	7
ภาพประกอบ 2 ลักษณะ Babyschema หรือ Baby Face .....	10
ภาพประกอบ 3 วิวัฒนาการของ Babyschema ใน Mickey Mouse .....	11
ภาพประกอบ 4 วิวัฒนาการของรถ Volkswagen Beetle .....	12
ภาพประกอบ 5 Geico Gecko.....	15
ภาพประกอบ 6 นินจาเต่า.....	16
ภาพประกอบ 7 หอยทากเทอร์โบ .....	16
ภาพประกอบ 8 สพันจ์บ๊อบ สแควร์แพนส์.....	16
ภาพประกอบ 9 A monster Calls .....	17
ภาพประกอบ 10 เพกาซัส.....	17
ภาพประกอบ 11 เทมปุระโยโค.....	18
ภาพประกอบ 12 มิซลินแมน.....	18
ภาพประกอบ 13 โทนี่ เดอะ ไทเกอร์.....	18
ภาพประกอบ 14 แสดงตัวละครกลุ่มตัวอย่าง.....	22
ภาพประกอบ 15 The horse in Motion .....	23
ภาพประกอบ 16 Draw Animation .....	24
ภาพประกอบ 17 Stop Motion หรือเรียกว่า Model Animation .....	24
ภาพประกอบ 18 Digital Computer Animation .....	25
ภาพประกอบ 19 Google trend.....	33
ภาพประกอบ 20 หน้าเว็บไซต์ Google trend .....	47
ภาพประกอบ 21 ตัวอย่างการดาวน์โหลดข้อมูล Search Volume Index (SVI) .....	47

ภาพประกอบ 22 Search Volume Index (SVI) ของมิกกี้ เมาส์ (Mickey Mouse) ตั้งแต่เดือนมกราคม ปี 2018 จนถึง ธันวาคม ปี 2023 .....	48
ภาพประกอบ 23 Search Volume Index (SVI) ของมิกกี้ เมาส์ (Mickey Mouse) ตั้งแต่เดือนมกราคม ปี 2018 จนถึง ธันวาคม ปี 2023 .....	50
ภาพประกอบ 24 ตัวอย่างการเปรียบเทียบใน Google Trends ระหว่างตัวละคร มิกกี้ เมาส์ (Mickey Mouse) และไอรอนแมน(Iron man) .....	50
ภาพประกอบ 25 ข้อมูลเปรียบเทียบ Search Volume Index (SVI) ระหว่างตัวละคร มิกกี้ เมาส์ (Mickey Mouse) และไอรอนแมน(Iron man) .....	51
ภาพประกอบ 26 ตัวอย่างการแสดงการปรับข้อมูล Search Volume Index (SVI) .....	52
ภาพประกอบ 27 ตัวอย่างการแสดงการปรับข้อมูล Search Volume Index (SVI) .....	53
ภาพประกอบ 28 ตัวอย่างการแสดงการปรับข้อมูล Search Volume Index (SVI) .....	54
ภาพประกอบ 29 จุดสูงสุด(Peak) .....	55
ภาพประกอบ 30 การค้นหาสาเหตุจุดพีคของตัวละคร .....	55
ภาพประกอบ 31 สาเหตุของการค้นหาตัวละคร(Drivers of Search Populity) .....	62
ภาพประกอบ 32 คุณลักษณะการออกแบบตัวละคร .....	63

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ภูมิหลัง

การตลาดโดยใช้ตัวละคร (Character Marketing) กำลังกลายเป็นกลยุทธ์ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในหมู่แบรนด์ต่างๆ ที่ต้องการสร้างการมีส่วนร่วมและความผูกพันทางอารมณ์กับกลุ่มเป้าหมายของตน (Hosany, 2013) ในยุคที่ตลาดมีความแข่งขันสูงและผู้บริโภคมีทางเลือกมากมาย การใช้ตัวละครเป็นเครื่องมือในการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าจึงกลายเป็นแนวทางที่ได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ ตัวละครถูกนำมาใช้เพื่อสร้างการจดจำ ดึงดูดความสนใจ และสร้างความแตกต่างให้กับแบรนด์ท่ามกลางความวุ่นวายในตลาด (Hosany, 2013) โดยความสำเร็จของตัวละครในวงการการตลาดปัจจุบัน อาทิเช่น Hello Kitty, Uncle Roger และ Mickey Mouse เป็นเครื่องพิสูจน์ถึงพลังของการตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยตัวละคร ในการสร้างและการรับรู้ถึงแบรนด์ ความภักดีของลูกค้า และรายได้ที่เพิ่มขึ้น (J. Ahn et al., 2010) ตัวละครเหล่านี้ไม่ได้เป็นเพียงภาพลักษณ์ที่น่ารักหรือสะดุดตาเท่านั้น แต่ยังสามารถสร้างความรู้สึกเชื่อมโยง ความไว้วางใจ และความผูกพันทางอารมณ์กับผู้บริโภคได้อย่างลึกซึ้ง ซึ่งนำไปสู่ความสัมพันธ์ระยะยาวที่มีคุณค่าต่อแบรนด์ ตัวละครที่ประสบความสำเร็จมักมีบุคลิกลักษณะ เรื่องราว และคุณค่าที่ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับภาพลักษณ์และค่านิยมของแบรนด์ (K. L. Keller, 2013) พวกเขาสามารถเชื่อมโยงกับผู้บริโภคในระดับอารมณ์และจิตใจ สร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของและความภักดีต่อแบรนด์ได้อย่างดี (Lee, 2019) อย่างไรก็ตามการใช้ตัวละครที่ประสบความสำเร็จมากมาย อันเนื่องมาจากปัจจัยต่างๆที่ทำให้ตัวละครเหล่านี้โดดเด่นและได้รับความนิยมอย่างล้นหลามแต่ในขณะเดียวกันตัวละครตัวอื่นๆ กลับไม่ประสบความสำเร็จ ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้วิจัยเลือกที่จะศึกษา การทำความเข้าใจปัจจัยตัวใดที่ขับเคลื่อนความสำเร็จของตัวละครในบริบทการตลาด เพื่อให้แบรนด์และนักการตลาดสามารถพัฒนากลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพในการสร้างและจัดการตัวละครของตนเอง โดยผู้วิจัยได้ศึกษาผ่านปัจจัย คุณลักษณะการออกแบบของตัวละคร กิจกรรมทางการตลาดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและระยะเวลาที่ผ่านไป (Time Elapsed) (Kim, 2021) ในแง่ของการออกแบบ คุณลักษณะเช่น ความน่ารัก (Baby Face) และการรวมตัวของสิ่งมีชีวิตและไม่มีชีวิต (Creature Fusion) มักถูกมองว่าช่วยดึงดูดความสนใจและสร้างความชื่นชอบในตัวละครได้ (Lee, 2019) ขณะที่การใช้ภาพเคลื่อนไหว (Animation) หรือกราฟิกก็ช่วยให้ตัวละครมีชีวิตชีวาและน่าสนใจยิ่งขึ้น (Kim, 2021) ในส่วนของกิจกรรมทางการตลาด การปรากฏตัวของตัวละครในภาพยนตร์ โฆษณา หรือซีรีส์ รวมถึงการร่วมมือกับแบรนด์อื่นๆ การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ การ

สร้างกระแสผ่านข่าวบลิ๊กและโซเชียลมีเดีย ก็มักถูกมองว่าช่วยให้ตัวละครเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมนมากขึ้น เหตุการณ์พิเศษเช่นกิจกรรมเปิดตัวหรือการจัดนิทรรศการ ก็สามารถสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจและสร้างความผูกพันระหว่างผู้บริโภคกับตัวละคร อย่างไรก็ตาม ยังมี ความเข้าใจอย่างจำกัดเกี่ยวกับอิทธิพลที่แท้จริงของปัจจัยเหล่านี้ที่มีต่อความนิยมของตัวละคร ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงปริมาณระหว่างคุณลักษณะการ ออกแบบ กิจกรรมทางการตลาด และความนิยมของตัวละครในบริบทที่หลากหลาย นอกจากนี้ การศึกษานี้ยังให้ความสำคัญกับการวัดความสำเร็จของตัวละครผ่านมุมมองของแบรนด์เป็นหลัก เช่น การรับรู้ถึงแบรนด์ ความภักดีต่อแบรนด์ และยอดขาย (Kim, 2021) ในขณะที่มุมมองของผู้บริโภคและระดับความสนใจของพวกเขาที่มีต่อตัวละคร ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อน ความสำเร็จนั้น โดยอาศัยข้อมูลจาก Google Trends ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสนใจและ พฤติกรรมการค้นหาของผู้ใช้งานทั่วโลก ผสมกับการใช้เทคนิคการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ซึ่ง จะช่วยให้เกิดความเข้าใจในเชิงลึกถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของตัวละครมากขึ้น ผล การศึกษานี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อทั้งนักวิชาการและนักปฏิบัติในสาขาการตลาด ในการ สร้างองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับกลไกความสำเร็จของตัวละคร และนำไปสู่การพัฒนากลยุทธ์ การตลาดที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นสำหรับการนำตัวละครมาใช้ในการสร้างแบรนด์ ทั้งนี้ ผลลัพธ์ที่ได้ จะช่วยให้นักการตลาดสามารถออกแบบและจัดการตัวละครให้ตอบโจทย์ความต้องการและความ สนใจของกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น รวมถึงวางแผนกิจกรรมทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพในการ สร้างการรับรู้และความผูกพันกับผู้บริโภค

### **ความมุ่งหมายของการวิจัย**

เพื่อศึกษาผลลัพธ์จากการใช้ตัวละคร ในการสื่อสารการตลาดที่เกิดขึ้นในอดีต โดย วิเคราะห์จากความนิยมของผู้บริโภคบนอินเทอร์เน็ตว่าความนิยมของแต่ละตัวละครเกิดจากปัจจัย ไต ซึ่งสามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางพัฒนาตัวละครให้มีความนิยมมากพอ ที่จะนำไป สร้างประสิทธิภาพในการสื่อสารการตลาด

### **ความสำคัญของการวิจัย**

1. เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่มีตัวละครหรือมาสคอตประจำแบรนด์อยู่แล้ว นำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงตัวละครให้เหมาะสมและสร้างสรรค์ให้เหมาะกับ กลุ่มผู้บริโภค

2. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการจะออกแบบตัวละครหรือผู้ที่สนใจในธุรกิจออกแบบตัวละคร ใช้เป็นแนวทางในการนำไปประยุกต์ใช้เพื่อเป็นการเพิ่มการสื่อสารทางการตลาดและดึงดูดความสนใจให้กับผู้พบเห็นหรือผู้บริโภค

3. เพื่อเป็นประโยชน์ด้านวิชาการและเป็นแนวทางในการศึกษาแก่ผู้ที่ต้องการจะศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบตัวละครหรือมาสคอตเพื่อเป็นตัวละครประจำแบรนด์นั้นและการเชื่อมโยงบุคคลที่มีชื่อเสียงไปใช้ในการค้นคว้าและอ้างอิงต่อไป

## ขอบเขตของการวิจัย

### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ตัวละครที่มีชื่อเสียงโด่งดังทั่วโลก

### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ตัวละครที่มีชื่อเสียงโด่งดังทั่วโลก ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงได้ทำการกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 90% และยอมรับความคลาดเคลื่อนได้ที่ 10% ซึ่งจะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมที่สามารถใช้เป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมดเท่ากับ 68 ตัวอย่าง และสำรวจจากความผิดพลาดจากการเก็บข้อมูลจำนวน 32 ตัวอย่าง รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 100 ตัว ดังนั้น ด้วยวิธีการสุ่มตามความสะดวก (Convenience Sampling)

### ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) แบ่งเป็นดังนี้

1.1 ความน่ารัก (Kindchenschema)

1.1.1 ศีรษะใหญ่สัมพันธ์กับขนาดลำตัวหรือหัวกลม

1.1.2 ดวงตาโตสัมพันธ์กับใบหน้าและดวงตาดำกว่ากึ่งกลางศีรษะ

1.1.3 แก้มกลมและยื่นออกมา

1.1.4 รูปร่างโค้งมน

1.1.5 ร่างกายที่อ่อนนุ่มและยืดหยุ่น

1.2 การรวมตัวของสิ่งมีชีวิตและไม่มีชีวิต (Creature Fusion)

1.2.1 ลักษณะมนุษย์ตั้งแต่หัวจรดเท้า (Human)

1.2.2 ลักษณะสัตว์มีแขนมีขาเหมือนมนุษย์ (Animal)

1.2.3 ลักษณะสิ่งของหรือพืชพรรณ มีแขนมีขาเหมือนมนุษย์ (Object)

1.2.4 ลักษณะสัตว์ในตำนานโดยมีการนำลักษณะของสัตว์ต่างๆมารวมกัน

หรือร่างครึ่งมนุษย์ครึ่งสัตว์ (Mythical animals)



### 1.3 ภาพเคลื่อนไหว (Animation)

1.3.1 ตัวละครที่สร้างด้วยระบบดิจิทัล (Animation)

1.3.2 ตัวละครที่ใช้คน (Live Action)

### 1.4 สาเหตุของการค้นหาตัวละคร (Drivers of Search Popularity)

1.4.1 การโฆษณา (Advertisement)

1.4.2 ข่าวสารจากบล็อก (Blog News)

1.4.3 การร่วมมือกัน (Collaboration)

1.4.4 กิจกรรมพิเศษ (Event)

1.4.5 การเปิดตัวเกมส์ (Game Release)

1.4.6 คำพ้องรูป (Homograph)

1.4.7 การเปิดตัวภาพยนตร์ (Movie Release)

1.4.8 การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Launch)

1.4.9 ซีรีส์ที่ออกอากาศ (Series on Air)

1.4.10 กระแสโซเชียลมีเดีย (Social Media Trending)

### 1.5 ระยะเวลา (Time Elapsed)

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ อิทธิพลต่อการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคทั่วโลก

### นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การตลาดโดยใช้ตัวละคร (Character Marketing): กลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ตัวละครในการสื่อสารและสร้างความผูกพันทางอารมณ์กับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างการรับรู้ถึงแบรนด์ ความภักดีของลูกค้า และการเพิ่มยอดขาย

2. ความผูกพันทางอารมณ์ (Emotional Engagement): ความรู้สึกเชื่อมโยง ความไว้วางใจ และความผูกพันในระดับจิตใจที่ลูกค้ามีต่อแบรนด์หรือตัวละคร ซึ่งนำไปสู่ความสัมพันธ์ระยะยาวที่มีคุณค่า

3. ดัชนีปริมาณการค้นหา (Search Volume Index): ตัวชี้วัดที่ได้จากข้อมูลของ Google Trends ซึ่งสะท้อนถึงระดับความสนใจและพฤติกรรมการค้นหาของผู้ใช้งานออนไลน์ที่มีต่อตัวละครหรือหัวข้อต่างๆ

4. คุณลักษณะการออกแบบตัวละคร (Character Design Attributes): ลักษณะเฉพาะต่างๆ ในการออกแบบตัวละคร เช่น ความน่ารัก ใบหน้าแบบทารก การใช้ตัวละครสัตว์ หรือการใช้ภาพเคลื่อนไหว ซึ่งอาจมีผลต่อความชื่นชอบและความสนใจของผู้บริโภค

5. ความน่ารัก (Kindchenschema) ในที่นี้หมายถึง อธิบายถึงลักษณะต่างๆ ของตัวละครที่กระตุ้นให้เกิดการตอบสนองต่อสิ่งดึงดูดความสนใจที่ชื่นชอบ ลักษณะเหล่านี้ ได้แก่ ศีรษะใหญ่สัมพันธ์กับขนาดลำตัว, หัวกลม, หน้าผากใหญ่ที่ยื่นออกมา, ตาโตสัมพันธ์กับใบหน้า, ดวงตาต่ำกว่ากึ่งกลางศีรษะ, แก้มกลมและยื่นออกมา, รูปร่างโค้งมน, พื้นผิวของร่างกายที่อ่อนนุ่มและยืดหยุ่น, การเคลื่อนไหวร่างกายแบบยืดหยุ่น

6. การรวมตัวของสิ่งมีชีวิตและไม่มีชีวิต (Creature Fusion) ในการวิจัยครั้งนี้หมายถึง ผสมผสานลักษณะของมนุษย์ สัตว์ หรือวัตถุเข้าไปหรือแม้แต่พืชที่ดูจะเป็นไปไม่ได้มันก็ถูกผสมผสานเข้าไปในรูปแบบที่สร้างสรรค์ ทำให้เกิดความแตกต่างและน่าจดจำ

7. ภาพเคลื่อนไหว (Animation) ในการวิจัยครั้งนี้หมายถึง ตัวละครที่ถูกสร้างด้วยระบบดิจิทัล การวาดภาพที่ละภาพหลายๆพื้นภาพ และการถ่ายภาพแต่ละขณะของหุ่นจำลองที่ค่อยๆ ขยับ ด้วยเทคนิคการตัด กระดาษให้เป็นรูปทรงหรือตัวการ์ตูนต่างๆการปั้น เพื่อนำมาจำแนกการออกแบบการสร้างตัวละคร

8. สาเหตุของการค้นหาตัวละคร (Drivers of Search Popularity): ปัจจัยหรือเหตุการณ์ที่กระตุ้นและมีอิทธิพลต่อกิจกรรมการค้นหาสำหรับตัวละครหรือหัวข้อใดหัวข้อหนึ่งบนแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Google

9. การสร้างกระแส (Buzz Creation): กิจกรรมทางการตลาดที่มุ่งสร้างการพูดถึง ความสนใจ และการแบ่งปันเกี่ยวกับตัวละครหรือแบรนด์ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น บล็อก โซเชียลมีเดีย และการสนทนาระหว่างผู้บริโภค

10. คำพ้องรูป (Homograph): คำหรือวลีที่มีการสะกดเหมือนกันแต่มีความหมายแตกต่างกัน ซึ่งอาจส่งผลต่อปริมาณการค้นหาของตัวละครหากชื่อตัวละครตรงกับคำพ้องรูปอื่นๆ

11. การเปิดตัวภาพยนตร์ (Movie Release): การเปิดตัวภาพยนตร์ที่มีตัวละครปรากฏอยู่ ซึ่งสามารถสร้างกระแสความสนใจและเพิ่มการรับรู้เกี่ยวกับตัวละครได้อย่างมาก

12. การทำงานร่วมกัน (Collaboration): ความร่วมมือระหว่างตัวละครหรือแบรนด์กับแบรนด์อื่นๆ ซึ่งสามารถช่วยเพิ่มการรับรู้ ขยายฐานลูกค้า และสร้างความน่าสนใจให้กับตัวละคร

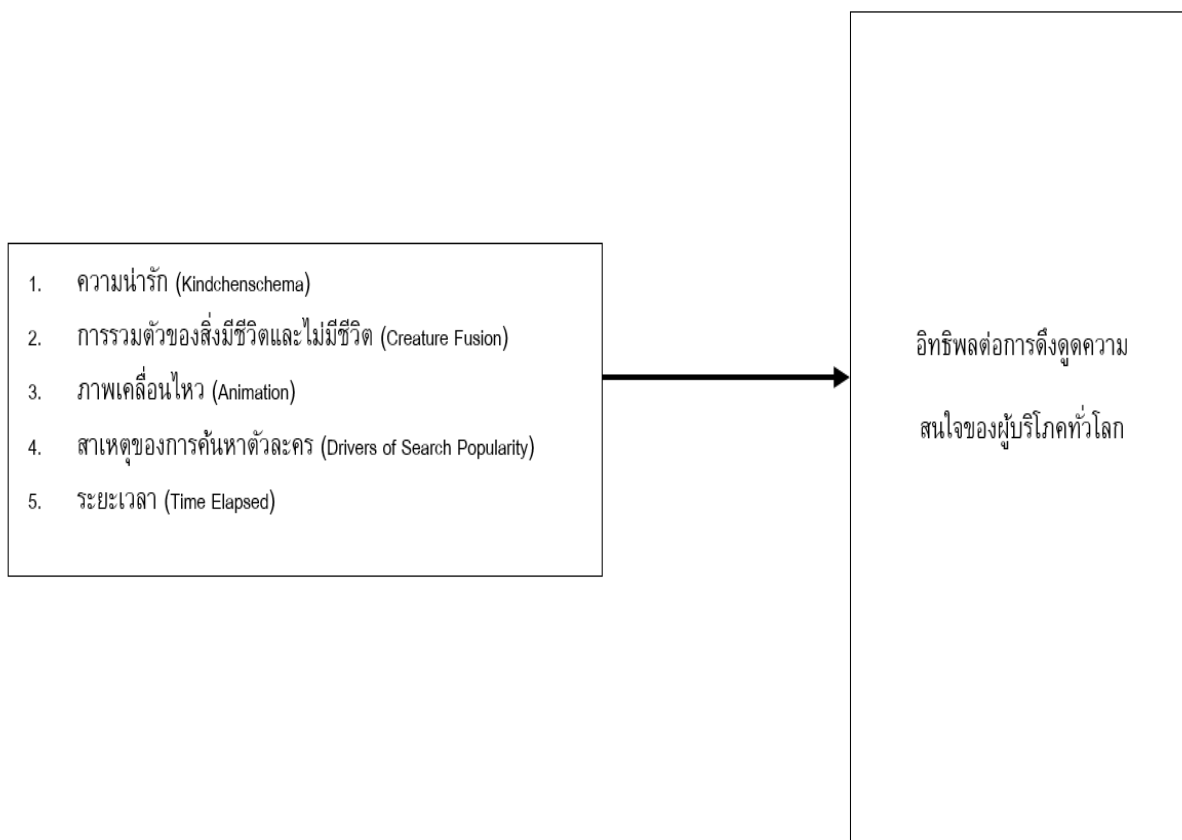
13. ซีรีส์ที่ออกอากาศ (Series on Air): การปรากฏตัวของตัวละครในซีรีส์ทางโทรทัศน์หรือสตรีมมิ่ง ซึ่งสามารถช่วยเพิ่มความนิยมและความผูกพันของผู้ชมที่มีต่อตัวละคร

14. ระยะเวลา (Time Elapsed): ช่วงเวลาที่ผ่านไปตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน ซึ่งมีผลต่อระดับความสนใจและปริมาณการค้นหาของผู้บริโภคที่มีต่อตัวละคร โดยเมื่อเวลาผ่านไปโดยไม่มิจิจกรรมทางการตลาดหรือเหตุการณ์ที่กระตุ้นความสนใจ ปริมาณการค้นหามักจะลดลง

15. กูเกิลเทรนด์ (Google Trends) คือ เว็บไซต์ย่อยของ google ที่ช่วยเหลือการตรวจสอบความนิยม ของ Keywords บนโลกออนไลน์ โดยที่ Keywords นั้นจะเป็นคำว่าอะไรก็ได้ อาทิเช่น ชื่อสินค้า ชื่อบุคคล หรืออาจจะเป็นชื่อเว็บไซต์ ซึ่งเราสามารถตรวจสอบความนิยมเหล่านี้ตามตำแหน่งที่เราต้องการได้ ไม่ว่าจะเป็นเทรนด์ระดับโลก เทรนด์ระดับประเทศ หรือเทรนด์ระดับจังหวัด อีกทั้งเรายังสามารถดูเทรนด์ยอดฮิตรายวันได้อีกด้วย หรือแม้แต่นำความนิยมในหลาย ๆ ปีที่ผ่านมาเพื่อวิเคราะห์โอกาสเติบโตของสิ่งนั้นได้อีกด้วย โดยในการวิจัยครั้งนี้ได้นำมาใช้เป็นเครื่องมือเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความนิยมของตัวละครจากผู้คนทั่วโลก



## กรอบแนวคิดในการทำวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิด

### สมมติฐานการวิจัย

1.คุณลักษณะของตัวละครได้แก่ Baby face, Creature fusion, Animation, สาเหตุของการค้นหาตัวละคร ได้แก่ Movie Release, Advertisement, Blog News, Collaboration ,Event, Game Release, Homograph, New Product, Series on Air, Social Media Trending และระยะเวลา(Time Elapsed) มีอิทธิพลต่อการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคทั่วโลก



## บทที่ 2

### แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่องตัวละครสุดสร้างสรรค์ในการตลาด:ศึกษาการออกแบบตัวละครและความสำเร็จของตราสินค้า ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยนำเสนอตามหัวข้อดังนี้

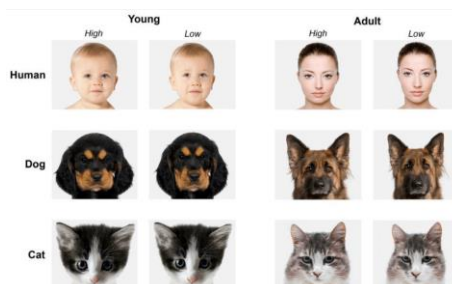
1. แนวคิดและทฤษฎีน่ารัก (Kindchenschema)
2. แนวคิดการรวมตัวของสิ่งมีชีวิตและไม่มีชีวิต (Creature Fusion)
3. แนวคิดภาพเคลื่อนไหว (Animation)
4. สาเหตุของการค้นหาตัวละคร (Drivers of Search Popularity)
5. ระยะเวลา (Time Elapsed)
6. แนวคิดดัชนีความสนใจ (Index of Attention)
7. Google trend
8. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเชื่อมโยงตราสินค้า (Brand Association)
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดทฤษฎีน่ารัก (Kindchenschema)

ทฤษฎี Kindchenschema หรือที่เรียกกันติดปากว่า "baby schema" เป็นแนวคิดทางจิตวิทยาที่แสดงให้เห็นถึงแง่มุมน่าหลงใหลของมนุษย์ ซึ่งเชื่อมโยงอย่างแนบแน่นกับการตอบสนองตามสัญชาตญาณของเราต่อลักษณะทางกายภาพบางประการที่ปรากฏในทารก (Lorenz, 1943)แนวคิดที่วันนี้ได้รับการพัฒนาขึ้นโดยนักชีววิทยาชาวออสเตรีย Konrad Lorenz ซึ่งอธิบายถึงลักษณะต่างๆ ของทารกแรกเกิดที่กระตุ้นให้ผู้ใหญ่เกิดพฤติกรรมการเลี้ยงดูและปกป้อง ได้แก่ ศีรษะที่ใหญ่เมื่อเทียบกับสัดส่วนลำตัว, โบน้ำกลมมน, หน้าผากกว้างและนูน, ดวงตาโตเมื่อเทียบกับใบหน้า, ตาที่อยู่ต่ำกว่าจุดกึ่งกลางของศีรษะ, แก้มป่องนูน, รูปร่างอ้วนกลม, ผิวหนังนุ่มนวลและยืดหยุ่น รวมถึงการเคลื่อนไหวที่ดูเปลือยและไม่มีนัย (Glocker, 2009)

ลักษณะเหล่านี้ไม่เพียงทำให้ทารกดูน่ารัก แต่ยังกระตุ้นการตอบสนองทางอารมณ์ให้อยากดูแลปกป้อง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีวิวัฒนาการที่กล่าวว่า การที่ทารกมนุษย์ถือกำเนิดมาในลักษณะที่ดูน่าทะนุถนอม ต้องการการเอาใจใส่นานกว่าจะพึ่งพาตนเองได้ เป็นกลยุทธ์ของธรรมชาติที่ช่วยให้ทารกมีโอกาสรอดชีวิตสูงขึ้น (Gould, 1979)พฤติกรรมนี้ไม่เพียงปรากฏในมนุษย์เท่านั้น แต่ยังปรากฏในสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมหลากหลายสายพันธุ์ด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะเมื่อ

พวกมันอยู่ในวัยแรกเกิด (Gould, 1980) ในทางตรงกันข้าม สัตว์จำพวกปลา สัตว์เลี้ยงคละ และแมลง ซึ่งออกลูกมาในลักษณะที่สามารถเลี้ยงชีพได้ด้วยตนเองตั้งแต่ต้น กลับไม่ค่อยปรากฏลักษณะที่วุ้น และมักไม่ถูกจัดอยู่ในกลุ่มสัตว์ที่น่ารักสำหรับคนทั่วไป (Gould, 1979)



ภาพประกอบ 2 ลักษณะ Babyschema หรือ Baby Face

ที่มา: <https://www.popsci.com/uploads/2019/03/18/7KCSJJDUULD5ZGFAKWQOSJU5FM.jpg?>

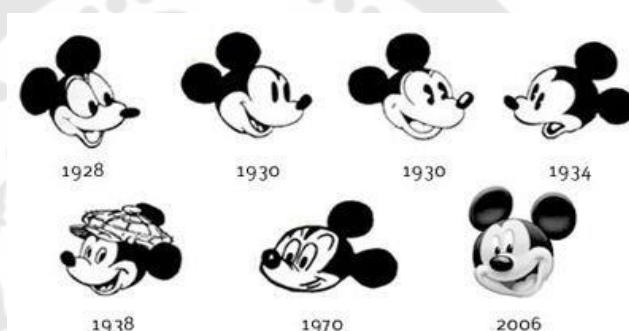
งานวิจัยจำนวนมากสนับสนุนว่า baby schema เป็นสิ่งกระตุ้นที่ทรงพลัง ที่ทำให้ผู้คนอยากเข้าไปมีปฏิสัมพันธ์และช่วยเหลือทารก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเพศหญิง มีการทดลองที่แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงจะมีความไวต่อ baby schema มากกว่าผู้ชาย (Cárdenas, 2013) และเมื่อได้เห็นภาพทารกที่มีลักษณะ Kindchenschema จะมีการตอบสนองทางสมองในส่วนของการให้รางวัล (Reward System) และส่วนที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการดูแลสูงกว่าผู้ชาย (Glocker, 2009)

นอกจากนี้ ยังมีหลักฐานว่า ระดับของลักษณะ Kindchenschema ที่ปรากฏในใบหน้าสามารถส่งผลต่อพฤติกรรมที่ผู้ใหญ่มีต่อทารกด้วย งานวิจัยของ Glocker พบว่า เมื่อนำภาพใบหน้าทารกมาปรับให้มีลักษณะ baby schema ในระดับที่สูงขึ้น ผู้เข้าร่วมการทดลองจะให้ความเห็นความน่ารักสูงขึ้น และแสดงความเต็มใจที่จะดูแลทารกในภาพมากขึ้นไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ (Borgi, 2014) ที่พบว่าเมื่อพบกราฟิกใบหน้าสัตว์หรือคนที่มีลักษณะ baby schema มากขึ้น ผู้คนจะมีแนวโน้มที่จะตอบสนองในเชิงบวกต่อภาพนั้นมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็สัตว์ประเภทใดก็ตาม

นอกจากบทบาทตามธรรมชาติแล้ว ลักษณะ Kindchenschema ยังถูกนำมาประยุกต์ใช้ในบริบททางการตลาดอย่างแพร่หลาย บทความวิจัยนี้มีจุดประสงค์ที่จะสำรวจการเชื่อมโยงระหว่าง Kindchenschema กับการออกแบบตัวละครที่ใช้ในการโฆษณาและการสื่อสารแบรนด์

โดยการเพิ่มลักษณะที่คล้ายทารกให้กับตัวละคร กลายเป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่นิยมใช้เพื่อเรียกร้องความสนใจ กระตุ้นอารมณ์เชิงบวก และสร้างการจดจำในหมู่ผู้บริโภค (Nenkov, 2014)

ตัวอย่างแรกๆ ของการใช้ประโยชน์จากหลักการ Kindchenschema ในเชิงพาณิชย์ที่โดดเด่น ได้แก่ การออกแบบตัวการ์ตูน Mickey Mouse ของ Walt Disney ซึ่งปรากฏตัวครั้งแรกในปี 1928 แม้ในตอนแรกมิกกี้เมาส์จะถูกรวาทให้มีรูปร่างผอมบาง แต่เมื่อเวลาผ่านไปและความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ baby schema เพิ่มมากขึ้น ดิสเนย์ก็ได้ค่อยๆ ปรับโฉมให้มิกกี้มีสัดส่วนที่กลมมนน่ารักอ้วนท้วนมากขึ้น จนกลายเป็นเอกลักษณ์ที่คนทั่วโลกคุ้นตา (Gould, 2008) ไม่เพียงสะท้อนความสำเร็จในการออกแบบตัวละครเท่านั้น หากยังกลายเป็นตราสัญลักษณ์ของความมหัศจรรย์และจินตนาการอันเป็นสโลแกนหลักของดิสเนย์อีกด้วย



ภาพประกอบ 3 วิวัฒนาการของ Babyschema ใน Mickey Mouse

ที่มา : [gurneyjourney.blogspot.com](http://gurneyjourney.blogspot.com)

อีกหนึ่งปรากฏการณ์สำคัญคือกรณีของ Hello Kitty แบรินด์ตัวการ์ตูนแมวหน้าสุดน่ารัก จากค่าย Sanrio ของญี่ปุ่น ที่ก่อตั้งขึ้นในปี 1960 จากไอเดียของผู้ก่อตั้งที่ชื่อ Shintaro Tsuji ซึ่งเชื่อมั่นในพลังของตัวการ์ตูนที่จะดึงดูดและเชื่อมโยงผู้คนเข้าด้วยกันได้ (Yano, 2013) เฮลโหลคิตตี้ได้รับการออกแบบมาอย่างพิถีพิถันให้มีลักษณะ Kindchenschema อย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นโบหน้ากลม ตาโต ปากเล็ก จมูกจิ้มลิ้ม รูปร่างอ้วนกลม สัดส่วนศีรษะที่ใหญ่กว่าลำตัว (Yano, 2013) ซึ่งไม่เพียงตอบโจทย์ความน่ารักเท่านั้น แต่ยังมีเป้าหมายที่จะดึงดูดผู้คนทุกเพศทุกวัยด้วยเสน่ห์อันเรียบง่าย ช้ามพันอุปสรรคทางภาษาและวัฒนธรรม อันเป็นคุณสมบัติสำคัญของการสร้างแบรนด์ในตลาดโลก (Takagi, 2008)

ความสำเร็จของเฮลโหลคิตตี้ที่นั่นเกินกว่าคำบรรยาย จากแค่ลายพิมพ์บนกระเป๋าและของที่ระลึก กลายมาเป็นแบรนด์ระดับโลกที่สร้างรายได้หลักร้อยล้านเหรียญสหรัฐต่อปี (White, 1996)



และยังเป็นพรีเซนเตอร์ให้กับแบรนด์ดังระดับโลกนับไม่ถ้วน อย่าง Swarovski, MAC Cosmetics, Uniqlo, EVA Air และ Levis เป็นต้น กลายเป็นปรากฏการณ์ที่สะท้อนให้เห็นอิทธิพลของ Kindchenschema ได้เป็นอย่างดี และสร้างแรงบันดาลใจให้กับแบรนด์อื่นๆ อีกมากมายในการใช้กลยุทธ์สร้างตัวการ์ตูนให้น่ารักเพื่อครองใจลูกค้า

ปัจจุบัน การนำลักษณะ Kindchenschema มาใช้ในการออกแบบตัวละครได้กลายเป็นกลยุทธ์มาตรฐานไปแล้ว ไม่ว่าจะเป็นในวงการแอนิเมชัน ของเล่น หรือแม้แต่อุตสาหกรรมยานยนต์ อย่างในกรณีของรถ Volkswagen Beetle ที่มีชื่อเล่นว่า "Slug Bug" ด้วยทรงกลมมนน่ารัก เหมือนดั่งแมลงปีกแข็ง ที่เข้าถึงกลุ่มผู้หญิงได้เป็นอย่างดี (Bayley, 2013)



ภาพประกอบ 4 วิวัฒนาการของรถ Volkswagen Beetle

ที่มา:<https://thematter.co/thinkers/baby-face-bias/49221>

จากที่กล่าวมาทั้งหมด จะเห็นได้ว่าแนวคิด Kindchenschema นั้นไม่เพียงน่าสนใจในมุมมองของจิตวิทยาวิวัฒนาการเท่านั้น แต่ยังทรงพลังอย่างยิ่งในการสร้างความประทับใจ ความผูกพัน และพฤติกรรมเชิงบวกในผู้คนอีกด้วย การนำแนวคิดนี้มาประยุกต์ใช้อย่างชาญฉลาด ไม่ว่าจะเป็นในแวดวงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ หรือการสื่อสารการตลาด ล้วนมีส่วนสำคัญยิ่งในการสร้างมูลค่าเพิ่ม และเชื่อมโยงกับผู้บริโภคในระดับอารมณ์ความรู้สึก ซึ่งนับเป็นปัจจัยชี้ขาดความสำเร็จที่สำคัญที่สุดประการหนึ่งของธุรกิจยุคใหม่ อย่างไรก็ตาม ในฐานะผู้บริโภค เราก็ควรที่จะตระหนักถึงอิทธิพลของกลยุทธ์จิตวิทยาเหล่านี้เช่นกัน การตอบสนองต่อสิ่งน่ารักน่าเอ็นดูตามสัญชาตญาณนั้นเป็นเรื่องปกติ แต่เราก็ควรใช้วิจารณญาณในการเลือกสรรสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อชีวิตเราอย่างแท้จริง ไม่ใช่แค่หลงใหลไปกับกลยุทธ์การตลาดที่มุ่งเล่นกับอารมณ์เพียงอย่างเดียว ความสมดุลระหว่างอารมณ์และเหตุผล จึงเป็นสิ่งสำคัญที่พึงระลึกลงในยุครี่

'ความน่ารัก' กำลังกลายเป็นคำสำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจ ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอสรุปเหตุผลในการนำ Kindchenschema มาใช้กับการตลาด ดังนี้

1. กระตุ้นการตอบสนองทางอารมณ์: รูปแบบ Kindchenschema ซึ่งมีลักษณะพิเศษ เช่น ดวงตาที่โตและแสดงออก ใบหน้าที่นุ่มนวล และรูปร่างที่โค้งมน กระตุ้นให้เกิดการตอบสนองทางอารมณ์ที่ทรงพลังในตัวผู้ชม ลักษณะเหล่านี้เกี่ยวข้องกับความรู้สึกไวต่อสายตา ความอ่อนแอ และความน่ารัก ซึ่งกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกสนใจ ความอบอุ่น และความสุข เมื่อผู้บริโภคพบกับตัวละครที่มีคุณสมบัติ Kindchenschema พวกเขาจะสร้างความเชื่อมโยงทางอารมณ์ที่แข็งแกร่งกับพวกเขา การมีส่วนร่วมทางอารมณ์นี้เป็นเครื่องมือที่ทรงพลังสำหรับนักการตลาด เนื่องจากเป็นการสร้างตัวละครที่น่าจดจำและเข้าถึงได้ซึ่งโดนใจผู้ชม

2. เพิ่มความสามารถในการจดจำ: ตัวละครที่ออกแบบด้วย Kindchenschema มีแนวโน้มที่จะน่าจดจำมากขึ้น ลักษณะทางกายภาพที่เป็นเอกลักษณ์และเป็นที่ยอมรับของตัวละครเหล่านี้ทำให้พวกเขาแตกต่างจากตัวละครทั่วไปหรือมีความโดดเด่นน้อยกว่า ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะจดจำและจดจำแบรนด์และผลิตภัณฑ์ที่แสดงด้วยตัวอักษรที่มีคุณสมบัติ Kindchenschema ได้มากขึ้น ความสามารถในการจดจำที่เพิ่มขึ้นนี้สามารถนำไปสู่การจดจำและการจดจำแบรนด์ได้มากขึ้น

3. อำนวยความสะดวกในการแนบตราสินค้า: Kindchenschema มีศักยภาพที่จะส่งเสริมการแนบตราสินค้า เมื่อผู้บริโภคเชื่อมโยงอารมณ์เชิงบวกและความรู้สึกของการดูแลและการปกป้องเข้ากับตัวละคร พวกเขามีแนวโน้มที่จะขยายความรู้สึกเหล่านี้ไปยังแบรนด์หรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นตัวแทน การถ่ายทอดอารมณ์นี้อาจส่งผลให้มีความภักดีต่อแบรนด์ ความไว้วางใจ และความเต็มใจที่จะมีส่วนร่วมกับแบรนด์ในระดับที่สูงขึ้น

4. ขับเคลื่อนความตั้งใจในการซื้อ: การเชื่อมโยงทางอารมณ์ที่เกิดขึ้นผ่าน Kindchenschema สามารถส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค การศึกษาพบว่าผู้บริโภคที่มีความเชื่อมโยงทางอารมณ์เชิงบวกกับแบรนด์หรือตัวละครของแบรนด์มีแนวโน้มที่จะแสดงความตั้งใจในการซื้อที่สูงขึ้น ซึ่งหมายความว่า การปรากฏตัวของตัวละคร Kindchenschema ในแคมเปญการตลาดสามารถมีอิทธิพลโดยตรงต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ

5. การดึงดูดข้ามกลุ่มอายุ: Kindchenschema ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงกลุ่มอายุที่เฉพาะเจาะจง แม้จะดึงดูดเด็ก ๆ ด้วยความน่ารักโดยธรรมชาติ แต่ก็ยังโดนใจผู้ใหญ่อีกด้วย ผู้ใหญ่มักสนใจตัวละครที่มีคุณลักษณะ Kindchenschema เนื่องจากตัวละครเหล่านี้ใช้ประโยชน์จาก

สัญชาตญาณการดูแลแบบสากลและกระตุ้นอารมณ์เชิงบวก การดึงดูดใจในวงกว้างนี้ช่วยให้มั่นใจว่าความพยายามทางการตลาดจะเข้าถึงผู้ชมได้กว้างขึ้น และเพิ่มฐานลูกค้าที่มีศักยภาพ

6. เสริมสร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์: ตัวละครที่มีคุณสมบัติ Kindchenschema สามารถทำหน้าที่เป็นทูตของแบรนด์ที่ทรงพลังได้ พวกเขารวบรวมคุณค่า บุคลิกภาพ และข้อความของแบรนด์ในลักษณะที่เข้าถึงได้และมีส่วนร่วม ด้วยการใช้ตัวละครดังกล่าวในแคมเปญการตลาดอย่างต่อเนื่อง แบรนด์ต่างๆ จึงสามารถเสริมสร้างเอกลักษณ์ของตนเอง และสร้างภาพลักษณ์ที่แข็งแกร่งและเป็นที่รู้จักของแบรนด์ได้

7. อำนวยความสะดวกในการเล่าเรื่อง: ตัวละคร Kindchenschema เหมาะสำหรับการเล่าเรื่องแบบเล่าเรื่อง คุณสมบัตินี้เป็นที่รักทำให้ง่ายต่อการสร้างสรรค์เรื่องราวที่น่าดึงดูดและสะท้อนอารมณ์ที่ดึงดูดใจผู้ชม การเล่าเรื่องที่มีประสิทธิภาพสามารถนำไปสู่การมีส่วนร่วมที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคลงทุนในการเดินทางของตัวละครและการเล่าเรื่องของแบรนด์

8. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน: ในตลาดที่อิ่มตัว แบรนด์ต่างๆ มักจะมองหาวิธีที่โดดเด่นอยู่เสมอ Kindchenschema มอบความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยการสร้างตราสินค้าที่มีเอกลักษณ์และน่าจดจำ แบรนด์ที่ประสบความสำเร็จในการรวมองค์ประกอบเหล่านี้เข้ากับกลยุทธ์ทางการตลาดสามารถสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งและสร้างความประทับใจไม่รู้ลืมให้กับผู้บริโภค

ผู้วิจัยจึงเลือก Kindchenschema มาเป็นตัวแปรที่ทำให้ส่งผลต่อการออกแบบคาแร็คเตอร์ให้ประสบความสำเร็จ

## 2. แนวคิดการรวมตัวของสิ่งมีชีวิตและไม่มีชีวิต (Creature Fusion)

มานุษยวิทยา มีรากศัพท์มาจากภาษากรีก "anthropos" (มนุษย์) และ "morphe" (รูปร่าง) ซึ่งหมายถึงการกำหนดคุณลักษณะ อารมณ์ ความรู้สึก และพฤติกรรมของมนุษย์ให้กับสิ่งที่ไม่ใช่มนุษย์ (Epley, 2007) เช่น สัตว์ พืช สิ่งของ หรือปรากฏการณ์ธรรมชาติ โดยไม่จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กับคุณสมบัติที่แท้จริงของสิ่งนั้นๆ (Salles, 2020) มานุษยวิทยาเกิดขึ้นได้ทั้งโดยตั้งใจและไม่ตั้งใจ เป็นปรากฏการณ์ที่พบได้ทุกวัฒนธรรม โดยเฉพาะในความเชื่อทางศาสนาที่มักกำหนดลักษณะของเทพเจ้าให้มีความเป็นมนุษย์ (Guthrie, 2023)

มานุษยวิทยายังปรากฏอยู่ในชีวิตประจำวัน เช่น การมองเห็นใบหน้าในเมฆหรือบนดวงจันทร์ (Airenti, 2018) ในทัศนะของนักปรัชญาอย่างเดวิด ฮูม มนุษย์สร้างมานุษยวิทยาด้วยเหตุผลทางปัญญา เพื่ออธิบายสิ่งที่ไม่คุ้นเคย โดยใช้ตนเองเป็นแบบจำลอง ส่วนซิกมันด์ ฟรอยด์เชื่อว่า

มาจากเหตุผลทางอารมณ์ เพื่อให้โลกดูเป็นมิตรมากขึ้น (Guthrie, 2023) ตัวอย่างในวรรณกรรม เช่น สัตว์ที่สนทนาอย่างมนุษย์ในนิทานอีสป ชาดก และตัวละครสัตว์ในเรื่อง "อติชในแดนมหัศจรรย์" และ "ฟาร์มสัตว์" (ภัทรชนน ศักดิ์ศิริสัมพันธ์, 2564)

ในปัจจุบัน แนวคิดมานุษยวิทยาได้รับการพัฒนาสู่ขั้นต่อไปที่เรียกว่า "Creature Fusion" นั่นคือการผสมผสานองค์ประกอบของมนุษย์ สัตว์ หรือสิ่งของเพื่อสร้างตัวละครลูกผสมที่มีลักษณะเฉพาะและจินตนาการ ซึ่งต่างจาก มานุษยวิทยาตรงที่มักเกี่ยวข้องกับการปรับเปลี่ยนรูปลักษณ์ด้วย ไม่เพียงแต่เพิ่มลักษณะนิสัยหรืออารมณ์ความรู้สึก ตัวอย่างเช่น Geico Gecko ซึ่งผสมผสานลักษณะทางกายภาพของตุ๊กแกเข้ากับคุณสมบัติที่เหมือนมนุษย์ ในทางตรงกันข้าม มานุษยวิทยา (Anthropomorphism) มักไม่ต้องการการเปลี่ยนแปลงทางสายตามากนัก มักเกี่ยวข้องกับการเพิ่มการแสดงออก ท่าทาง หรืออารมณ์ที่เหมือนมนุษย์ให้กับสิ่งที่มีอยู่ และรักษารูปลักษณ์พื้นฐานไว้



ภาพประกอบ 5 Geico Gecko

ที่มา <https://www.virtualhumans.org/human/geico-gecko>

โดยผู้วิจัยจึงจำแนกการผสมผสานของ Creature Fusion ดังนี้

1. การผสมผสานระหว่างมนุษย์และสัตว์: ผสมผสานลักษณะของมนุษย์และสัตว์เข้าด้วยกันเพื่อสร้างตัวละครสัตว์ให้มีลักษณะทางกายภาพแบบคน ตัวอย่างเช่น นินจาเต่า จากเรื่อง Teenage Mutant Ninja Turtles ที่มีรูปร่างเป็นเต่าผสมมนุษย์ (Cadwell, 2016)



ภาพประกอบ 6 นินจาเต่า

ที่มา: [https://s.isanook.com/mv/teenage\\_mutant\\_ninja\\_turtles](https://s.isanook.com/mv/teenage_mutant_ninja_turtles)

2. การผสมผสานระหว่างสัตว์และวัตถุ: การผสมผสานระหว่าง ลักษณะของสัตว์กับ วัตถุเพื่อสร้างสิ่งมีชีวิตที่แปลกประหลาดหรือเหนือจริง เช่น หอยทากเทอร์โบ จากเรื่อง Turbo ซึ่ง เกร็กกันดีว่าหอยทากเป็นสัตว์ที่มีการเคลื่อนไหวที่ช้า แต่ตัวละครนี้ได้กลืนNitrous Oxideเข้าไป ซึ่ง มันเป็นวัตถุให้ความเร็วของรถยนต์ทำให้หอยทากตัวนี้มีความเร็วกว่าหอยทากตัวอื่นๆ (Caamaño, 2013)



ภาพประกอบ 7 หอยทากเทอร์โบ

ที่มา: <https://s.isanook.com/mv/0/ud/7/35175/image.jpg>

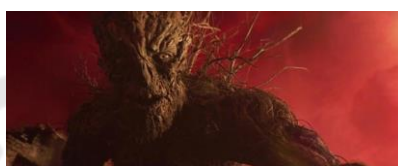
3. การผสมผสานระหว่างมนุษย์และวัตถุ: การผสมผสานลักษณะของมนุษย์เข้ากับ วัตถุในชีวิตประจำวันซึ่งทำให้วัตถุนั้นมีชีวิตและลักษณะเหมือนมนุษย์ เช่น ตัวละครสฟันทันจ็อบ สแควร์แพนส์ ที่มีร่างกายเป็นฟองน้ำแต่มีแขนและขา รวมถึงใบหน้าเหมือนมนุษย์ (Richmond, 2015)



ภาพประกอบ 8 สฟันทันจ็อบ สแควร์แพนส์

ที่มา: <https://encryptedtbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQ1FdXgKtAh97jNQUrA6JFRgd>

4. การผสมผสานองค์ประกอบจากธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมเข้ากับมนุษย์: ซึ่งการผสมผสานขององค์ประกอบนี้อาจนำไปสู่ผลลัพธ์ที่น่าอัศจรรย์หรือบางคนอาจมองว่าน่าพิศวง ตัวอย่างเช่น ต้นไม้ที่มีใบหน้าและแขนขา จากเรื่อง A Monster Calls (Manning, 2017)



ภาพประกอบ 9 A monster Calls

ที่มา <https://movie.kapook.com/view152634.html>

5. สิ่งมีชีวิตลูกผสมในตำนาน: ซึ่งเกิดจากแรงบันดาลใจจากเทพนิยายหรือความฝัน ซึ่งเราสามารถเรียกพวกนี้ว่า “สัตว์ในตำนาน” เช่น เพกาซัส (Pegasus) เป็นสัตว์ในเทพนิยายของกรีก มีลักษณะเป็นม้าที่มีร่างกายกำยำสวยงาม ลำตัวสีขาวบริสุทธิ์ และมีปีกที่กว้างสง่างาม เหมือนปีกของนกฟิราบ(มาตามลู่., 2020)



ภาพประกอบ 10 เพกาซัส

ที่มา <https://sistacafe.com/summaries/6500>

ในวงการตลาดได้พัฒนาอย่างต่อเนื่อง ตัวละคร Creature Fusion ได้ก้าวเข้ามามีบทบาทในวัฒนธรรมที่หลากหลาย ตั้งแต่โยโคในประเศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นสิ่งมีชีวิตเหนือธรรมชาติที่ผสมระหว่างคนและสัตว์ และได้ถูกนำมาใช้ในแคมเปญโฆษณาสินค้าให้เข้ากับความต้องการ

(Foster, 2008) ไปจนถึงตุ๊กตามิชลิน หรือ "มิชลินแมน" ซึ่งเป็นมนุษย์ที่ทำจากยางรถยนต์ มีหน้าตา ยิ้มแย้มเป็นมิตร เพื่อสื่อถึงความทนทานของยางและความสนุกสนานในโฆษณารถยนต์ (Hosany, 2013) อีกหนึ่งตัวอย่างสำคัญคือ "โทนี่ เดอะ ไทเกอร์" เสือลายเสือที่มีลักษณะคล้ายคนบนกล่อง ซีเรียล Frosted Flakes ของเคลล็อกก์ โดยโทนี่จะโฆษณาอาหารเข้าด้วยคำพูดติดปากที่ว่า "They're Gr-r-reat!" สื่อถึงความกระปรี้กระเปร่าที่ได้รับจากการกินซีเรียลนี้ กลายเป็นหนึ่งในมาสคอตที่ประสบความสำเร็จและโด่งดังที่สุด (Kellogg's., 2021)



ภาพประกอบ 11 เทมปุระโยโค

ที่มา <https://www.beartai.com/lifestyle/933218>



ภาพประกอบ 12 มิชลินแมน

ที่มา <https://www.busandtruckmedia.com/wp-content/uploads/2018/11/Michelin-Bibendum-2. g>



ภาพประกอบ 13 โทนี่ เดอะ ไทเกอร์

ที่มา: <https://st.bigccs.com/cdn cgi/image/format=webp,quality=90/public/media/catalog/product/.jpg>

การใช้ Creature Fusion และมานุษยวิทยาในกลยุทธ์ทางการตลาด ช่วยให้แบรนด์เชื่อมโยงกับผู้บริโภคในระดับอารมณ์ความรู้สึก ผ่านตัวละครที่มีบุคลิกโดดเด่นและน่าจดจำ ซึ่งไม่เพียงช่วยสร้างการจดจำท่ามกลางคู่แข่ง แต่ยังสร้างความภักดีและความไว้วางใจให้กับลูกค้าได้อย่างยั่งยืน นอกจากนี้การใช้ Creature Fusion และมานุษยวิทยาในการสร้างตัวละครมาศคอตแล้ว หลักการเหล่านี้ยังถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์อีกด้วย งานวิจัยของ Landwehr และคณะ (2011) แสดงให้เห็นว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีรูปลักษณ์คล้ายใบหน้านมนุษย์ หรือที่เรียกว่า "Product Face" สามารถส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคในเชิงบวก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อใบหน้านั้นมีรอยยิ้มและแสดงอารมณ์ในทางที่ดี ในขณะที่เดียวกัน (Li, 2021) พบว่าการออกแบบหีบห่อและบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นมนุษย์หรือมีใบหน้า สามารถเพิ่มความน่าดึงดูดใจของผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมการจดจำตราสินค้า และเพิ่มความตั้งใจซื้อได้ มานุษยวิทยายังมีบทบาทสำคัญในการสร้างเสริมประสบการณ์และความผูกพันระหว่างผู้บริโภคกับแบรนด์ การวิจัยของ (Touré-Tillery, 2015) แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะเชื่อมโยงและรู้สึกผูกพันกับแบรนด์มากขึ้น เมื่อแบรนด์นั้นมีบุคลิกภาพที่มีลักษณะเป็นมนุษย์ (Brand Anthropomorphism) โดยเฉพาะเมื่อบุคลิกนั้นสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของตนเอง ทั้งนี้ Golossenko และคณะ (2020) ยังระบุด้วยว่าการโฆษณาที่ใช้การ์ตูนหรือตัวละครสัตว์ซึ่งมีลักษณะคล้ายมนุษย์ มีแนวโน้มที่จะสร้างทัศนคติเชิงบวกและเพิ่มความตั้งใจซื้อได้มากกว่าการใช้นักแสดงที่เป็นมนุษย์จริงๆ การนำหลักการ Creature Fusion และมานุษยวิทยามาใช้ในโลกดิจิทัล เช่น อินเทอร์เฟซของเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน ก็พบว่าให้ผลลัพธ์ในทางบวกเช่นกัน การศึกษาของ (Qiu, 2009) แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้รู้สึกผูกพันและไว้วางใจแชทบอทและเอเจนต์ที่ให้บริการลูกค้ามากขึ้น เมื่อมีรูปลักษณ์และบุคลิกภาพคล้ายมนุษย์ โดยเฉพาะเมื่อมีใบหน้าและท่าทางที่แสดงอารมณ์ได้อย่างเป็นธรรมชาติ นอกจากนี้ (Go, 2019) ยังพบว่าการใช้ Chatbot ซึ่งมีภาพเคลื่อนไหวแบบการ์ตูนและบุคลิกที่เป็นมิตร สามารถช่วยเพิ่มความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าได้อย่างมีนัยสำคัญ

จากหลักฐานข้างต้น แสดงให้เห็นว่ากลยุทธ์การตลาดที่ใช้หลักการของ Creature Fusion และมานุษยวิทยา สามารถประยุกต์ใช้ได้อย่างหลากหลาย ตั้งแต่การสร้างตัวละครมาศคอต การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ไปจนถึงการพัฒนาประสบการณ์ดิจิทัลที่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ ซึ่งล้วนมีส่วนสำคัญในการสร้างการรับรู้เชิงบวก กระตุ้นความผูกพันทางอารมณ์ และเพิ่มความภักดีต่อแบรนด์และผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ปัจจัยสำคัญที่ต้องคำนึงถึงในการนำกล



ยูทึลเหล่านี้มาใช้ คือการสร้างลักษณะที่มีความเป็นธรรมชาติ มีบุคลิกภาพที่ชัดเจนและดึงดูดใจ และสื่อสารอารมณ์ที่เป็นมิตรผ่านสีหน้าและท่าทางที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดการยอมรับและเชื่อมโยงกับผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

เมื่อผู้วิจัยทราบถึงวัตถุประสงค์ที่จะนำไปใช้งานแล้ว ในการออกแบบตัวละครหรือคาแร็คเตอร์ทำได้โดยการคัดเลือกตัวละครหรือคาแร็คเตอร์ที่มีชื่อเสียงโด่งดังมา 100 ตัว แล้วจึงแยกลักษณะของตัวละครประเภทนั้นว่ามีลักษณะดังที่กล่าวมาต่อไปนี้หรือไม่

ลักษณะที่ 1: ต้องเป็นลักษณะมนุษย์ตั้งแต่หัวจรดเท้า (Human)

ลักษณะที่ 2: ต้องเป็นลักษณะสัตว์ หากมีแขนมีขาเหมือนมนุษย์ให้จัดเป็นลักษณะสัตว์ (Animal)

ลักษณะที่ 3: ต้องเป็นลักษณะสิ่งของหรือพืชพรรณ หากมีแขนมีขาให้จัดเป็นลักษณะสิ่งของเช่นกัน (Object)

ลักษณะที่ 4: ต้องเป็นลักษณะสัตว์ในตำนานโดยมีการนำลักษณะของสัตว์ต่างๆมารวมกันหรือร่างครึ่งมนุษย์ครึ่งสัตว์ (Mythical animals)

โดยในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำตัวละครที่มีชื่อเสียงมาเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัว ดังรูปตารางต่อไปนี้

1. เฮลโล คิตตี้ (Hello Kitty)	2. โฮมเจิน ซิปสัน (Homer Jay Simpson)
3. แฮร์รี่ พ็อตเตอร์ (Harry Potter)	4. เฮลลีย์ควิน (Harley Quinn)
5. ฮารุ บีสตาร์(Haru Bestar)	6. เดอะฮัลค (Hulk)
7. ไอรอนแมน (Iron Man)	8. แอปเปิ้ลแจ็ค (Applejack)
9. แอนท์แมน (Ant-Man)	10. เอลซ่า (Elsa)
11. อาร์เจ บีทีทูวัน (RJ BT21)	12. อัลเบอร์โต สกอราฟานโน (Alberto Scorfano)
13. อังเคลโรเจอร์ (The Uncle Roger Show)	14. อาคาแมน (Aquaman)
15. ดัก ดักแดย์ (Dug days)	16. เรมมี่ แรททอูลล์ (Remmy Ratatouille)
17. สไปเดอร์แมน (Spider-Man)	18. สโนว์ไวท์ (Snow White)
19. สนูปปี้ (Snoopy)	20. สตาร์ลอร์ด (Star-Lord)
21. เวเนสเดย์ (Wednesday Addams)	22. วู้ดดี้ (Woody)
23. โลทีนิง แม็คควีน (Lightning McQueen)	24. โลกิ (Loki)
25. เลดี้ ทรามวีย์กับไอ้ตูป (Lady Lady and the Tramp)	26. แทรมบี้ ทรามวีย์กับไอ้ตูป(Tramp Lady and the Tramp)
27. เลโกชิ (Legoshi)	28. ลูคัส เดอะสไปเดอร์(Lucas The spider)
29. ลูค้า (Luca)	30. ลิซ่า เดอะซิมป์สัน (Lisa Simpson)
31. ลาตังกี้ เชรีค(Donkey Shrek)	32. ร็อคเก็ต แร็คคูน (Rocket Raccoon)
33. รាយา รายากับมังกรตัวสุดท้าย(Raya and the Last Dragon)	34. ราพันเซล(Rapunzel)
35. ราชินีแดง (Red Queen)	36. รัสเซล upปูซ่าบ้าง(Russell)

37. ไมค์ วาซอร์วากี้(Mike Wazowski)

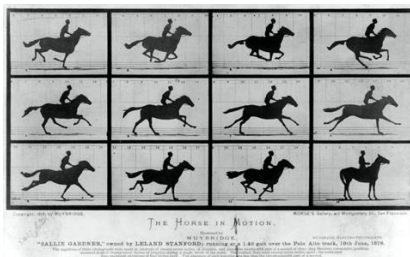
38. พุซ พุซอินบูท(Puss in Boots)

39. มิสเตอร์พื้นที่บัตเตอร์ โบแจ็ค ฮอर्सแมน(Mr. Peanutbutter BoJack Horseman)	40. โบแจ็ค ฮอर्सแมน(BoJack Horseman )
41. มิสเตอร์ปิ่น (Mr. Bean)	42. มินนี่ เมาส์ (Minnie Mouse)
43. มิกกี้ เมาส์ (Mickey Mouse)	44. มาเลฟิเซนต์ (Maleficent)
45. มาริโอ (Mario)	46. มาร์จ เดอะซิมป์สัน (Marge Simpson)
47. มายเมโลดี้ (My Melody),	48. พิงกี้ พาย (Pinkie Pie)
49. ทไวไลท์ สปาร์คเคิล (Twilight Sparkle)	50. แพนด้าจูกูซึ(Panda Jujutsu Kaisen)
51. แฟลช ซูโทเปีย (Flash Zootopia)	52. ยูจิ ตาโดริ จูกูซึ (Yuji Itadori Jujutsu Kaisen)
53. วินนี่-เดอะ-พูห์(Winnie the Pooh)	54. พิงค์ แพนเตอร์(Pink Panther)
55. พิกเล็ต(Piglet)	56. ผีไร้หน้า โนเฟส(No-Face)
57. ปอมปอมปูริน (Pompompurin)	58. แบทแมน(Batman)
59. บาร์บี้ (Barbie)	60. บาร์ต ซิมป์สัน (Bart Simpson)
61. บัซ ไลท์เยียร์(Buzz Lightyear)	62. บักส์ บันนี่ (Bugs Bunny)
63. โนบิ โนบิตะ (Nobita)	64. นีโม(Nemo)
65. นิค ไวลด์(Nick Wilde)	66. นิค ฟูรี (Nick Fury)
67. ทาทา บีทีทูวัน(TATA BT21)	68. ทอม ทอมแอนด์เจอร์รี่(Tom Tom and Jerry)
69. โดราเอมอน(Doraemon)	70. โดナルด์ ดัก(Donald Duck)
71. แดฟฟี ดัก(Daffy Duck)	72. เดดพูล(Deadpool)
73. ดอรี ผจญภัยดอรีซึลิม(Dory Finding Nemo)	74. ซูเปอร์แมน(Superman)
75. ซินเดอเรลล่า(Cinderella)	76. ซิมบ้า เดอะไลอ้อนคิงส์(Simba the King Lion)
77. ซินนามอโรล(Cinnamoroll)	78. เจมส์ พี. ซัลลิแวน(James P. Sullivan)
79. ซิมมี่ บีทีทูวัน(Chimmy BT21)	80. มังกี้ ดี. ลูฟี่(Monkey D. Luffy)
81. โจ๊กเกอร์ (Joker)	82. แจ็ก สแปร์โรว์ (Jack Sparrow)
83. เจอร์รี่ ทอมแอนด์เจอร์รี่(Jerry Tom and Jerry)	84. เจมส์ บอนด์ (James Bond)
85. จูดี ฮอปส์(Judy Hopps)	86. เคน (Ken)
87. คูกี้ บีทีทูวัน(Cooky BT21)	88. คาร์ล เฟรดริกเซน (Carl Fredricksen)
89. คลินท์ บาร์ตัน(Clinton Barton)	90. คาลบี้ เลม (Khaby Lame)
91. โคย่า บีทีทูวัน (Koya BT21)	92. กินทามะ (Gintama)
93. การ์ฟิลด์(Garfield)	94. กัปตันอเมริกา(Captain America)
95. กัปตัน มาร์เวล(Captain Marvel)	96. ข้าคือกรูท(I am Groot)
97. เอลเว่น สเตรนเจอร์ซิงส์(Eleven Stranger Things)	98. ก๊อดซิลล่า(Godzilla)
99. เอ็มเบอร์ ลูเมน(Ember Lumen)	100. เวด ริปเปิล(Wade Ripple)

## ภาพประกอบ 14 แสดงตัวละครกลุ่มตัวอย่าง

### 3. แนวคิดภาพเคลื่อนไหว(Animation)

ภาพเคลื่อนไหว(Animation) เป็นคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษว่า Animation สามารถอ่านได้หลายแบบ เช่น อนิเมชัน แอนิเมชัน(ธรรมศักดิ์, 2547)ซึ่งหมายถึง การสร้างภาพเคลื่อนไหวโดยการนำภาพนิ่งหลายๆภาพที่มีความต่อเนื่องมาฉายด้วยกันทำให้เกิดภาพลวงตา(ธรรมปพน, 2550)โดยใช้ วิธีการหรือเทคนิคให้แก่สิ่งที่ไม่สามารถเคลื่อนไหวได้ ให้สามารถเคลื่อนไหวหรือมีชีวิตได้ ซึ่งมี เทคนิคและวิธีสร้างสรรค์หลากหลายวิธี เช่น สามารถเป็นได้ทั้งภาพ 2 มิติ และ 3 มิติ โดยการจาก นำภาพที่ถ่ายทำทั้งหมดมาเรียงต่อกัน เกิดเป็นภาพเคลื่อนไหว Animation หรือการสร้างสรรค์ด้วย เทคนิคคอมพิวเตอร์กราฟิกในโปรแกรมสร้างสรรค์ผลงานแอนิเมชัน โดยการฉายด้วยความเร็ว โดยประมาณ 24 เฟรม ต่อวินาทีขึ้นไป(ดาร์ตัน, 2558) โดยต้นกำเนิดของภาพเคลื่อนไหว(Animation)เริ่มต้นในยุคก่อนประวัติศาสตร์เมื่อมนุษย์ยุคแรกสร้างภาพวาดในถ้ำ และศิลปะสกัดหิน(petroglyphs) ที่ดูเหมือนจะมีชีวิตขึ้นมาเมื่อมองในแสงไฟที่ริบหรี่ ต่อมาในยุค 1600 ปีก่อนคริสต์ศักราช ในช่วงยุคของฟาโรห์รามาสเสที่ 2 ได้มีการก่อสร้างวิหารเพื่อบูชาเทพีไอซิสโดยมีการวาดรูปการเคลื่อนไหวของเทพีไอซิสต่อเนื่องกันถึง 110 รูป จนกระทั่งถึงยุคกรีกโรมัน เมื่อดูจากภาพที่ปรากฏจะเห็นว่าเป็นภาพต่อเนื่องของการวิ่ง จนกระทั่งช่วงปลายศตวรรษที่ 19 ภาพเคลื่อนไหว(Animation)ก็ถูกพัฒนาทำให้เป็นที่เรารู้จักในปัจจุบันจึงเริ่มเป็นรูปเป็นร่าง โดยหนึ่งในผู้บุกเบิกด้านแอนิเมชันกลุ่มแรกๆ คือ Eadweard Muybridge ซึ่งเขาเป็นผู้บุกเบิกภาพเคลื่อนไหวของสัตว์ โดยใช้กล้องถ่ายภาพหลายตัวทำการจับภาพการเคลื่อนไหวที่ช่วงเวลาต่าง และนำภาพเหล่านั้นมาฉายบนอุปกรณ์ที่เขาสร้างที่เรียกว่า zoopraxiscope ซึ่งภาพแรกของโลกคือ The horse in Motion



ภาพประกอบ 15 The horse in Motion

ที่มา <https://becommon.co/people/1-small-people-the-horse-in-motion>

ต่อมาในปี 1908 ภาพเคลื่อนไหว (Animation) เรื่อง Fantasmagorie ของ Émile Cohl ซึ่งเป็นผู้กำกับชาวฝรั่งเศสได้ถือกำเนิดขึ้นโดยมีความยาวประมาณ 2 นาที ต่อมาภาพเคลื่อนไหว (Animation) เรื่องยาวเรื่องแรกของโลก นั่นก็คือ Satire du Pt Irigoyen ของประเทศอาร์เจนติน่า กำเนิดในปี 1917 และตามมาด้วย The Adventure of Prince Achmed ซึ่งในปี 1923 สหรัฐอเมริกาก็ได้เริ่มต้นพัฒนาด้านภาพเคลื่อนไหว (Animation) โดยในช่วงแรก ได้แก่ Koko the Clown และ Felix the Cat และในปีเดียวกันก็ถือกำเนิด Walt Disney Studios บริษัทที่สร้างอนิเมชันที่โด่งดัง โดยเริ่มจากคุณวอลท์ ดิสนีย์ ได้นำผลงาน Alice's Wonderland ซึ่งเป็นการ์ตูนแอนิเมชันแบบสั้น อิงเรื่องราวจากนิทานสำหรับเด็กเรื่อง Alice's Adventures in Wonderland ตระเวนขายไปตามเมืองต่าง ๆ ไม่ว่าจะอยู่ในรัฐแคนซัส, นิวยอร์ก และ ลอสแอนเจลิสและจากการที่คุณวอลท์ ดิสนีย์ เดินทางนำผลงานไปเสนอขายตามเมืองต่าง ๆ ทำให้ได้มีโอกาสกลับมาพบกับคุณรอย ดิสนีย์ พี่ชายของเขาอีกครั้งซึ่งในตอนนั้นกำลังรักษาตัวจากวัณโรค อยู่ที่ลอสแอนเจลิส และจากการพบกันในครั้งนี้ เมื่อคุณรอย ดิสนีย์ ได้ฟังเรื่องราวการล้มละลายหลายต่อหลายครั้ง จากน้องชายของเขา คุณรอย ดิสนีย์ ก็รู้ทันทีว่าปัญหาไม่ได้อยู่ที่ตัวผลงาน แต่เป็นปัญหาด้านการเงินที่น้องชายเขาเอง ไม่ได้มีความรู้และประสบการณ์มากพอ ดังนั้นทั้งสองพี่น้อง Disney จึงได้ร่วมมือกันก่อตั้งบริษัทขึ้นมาอีกครั้ง โดยใช้ชื่อบริษัทว่า Disney Brothers Studio และได้ทำการเปลี่ยนเป็น "The Walt Disney Studios" ซึ่งต่อมาในปี 1928 มิกกี้เมาส์ เริ่มออกสู่สายตาประชาชน ตามด้วย พลูโต กูฟฟี โดแนลด์ ดั๊ก และในปี 1937 สโนว์ไวท์และคนแคระทั้ง 7 ได้เปิดตัวนับเป็นผลงานแอนิเมชันเรื่องยาวเรื่องแรกของ ดิสนีย์ และได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี ต่อมาได้ผลิตแอนิเมชันเรื่องอื่นๆ ตามมาอีกมากมาย เช่น Pinocchio, Fantasia, Dumbo, Bambi, Alice in Wonderland, Peter Pan เป็นต้น

โดยภาพเคลื่อนไหว(Animation)แบ่งการสร้างสรรค์ผลงานออกเป็น 2 ประเภท(ธรรมศักดิ์, 2547) ดังนี้

**1.Traditional Animation** หมายถึง การสร้างแอนิเมชันโดยใช้เครื่องมือตามธรรมดา ยัง ไม่มีการใช้คอมพิวเตอร์ช่วยในการสร้างเทคนิค แบ่งออกเป็นดังนี้

**1.1 Drawn Animation** คือ แอนิเมชันที่เกิดจากการวาดภาพที่ละภาพหลายๆพันภาพ แต่การฉายภาพเหล่านั้นผ่านกล้องอาจใช้เวลาไม่กี่วินาที ข้อดีของการทำแอนิเมชันชนิดนี้ คือ มีความเป็นศิลปะ สวยงาม น่าชม แต่ข้อเสีย คือ ต้องใช้เวลาในการผลิตมาก ต้องใช้แอนิเมเตอร์จำนวนมากและต้นทุนก็สูงตามไปด้วย (Nattasha, 2019)



ภาพประกอบ 16 Draw Animation

ที่มา <https://mildmildnatcha22.files.wordpress.com/2018/11/bear-drawing-animated-1.jpg>

**1.2 Stop Motion** หรือเรียกว่า **Model Animation** เป็นการถ่ายภาพแต่ละขณะของหุ่นจำลองที่ค่อยๆขยับ ด้วยเทคนิคการตัด กระดาษให้เป็นรูปทรงหรือตัวการ์ตูนต่างๆการปั้น การสร้างโมเดลโดยใช้ดินน้ำมัน หรือพลาสติกและใช้กล้องถ่ายทีละภาพ เมื่อมีการขยับหรือเปลี่ยนแปลง เคลื่อนย้ายตำแหน่งของรูปทรงในภาพ แต่การทำ stop motion ต้องอาศัยเวลาและความทุ่มเทมาก เพราะบริษัทที่ผลิตภาพยนตร์เรื่อง James and Giant Peach สามารถผลิตได้วันละ 10 วินาทีเท่านั้น (Nattasha, 2019)



ภาพประกอบ 17 Stop Motion หรือเรียกว่า Model Animation

ที่มา <https://mildmildnatcha22.files.wordpress.com/2018/11/image4.jpg>

2. **Digital Computer Animation** หมายถึง การสร้างงานแอนิเมชันด้วยระบบดิจิทัล ซึ่งปัจจุบันมีซอฟต์แวร์ที่สามารถช่วยให้การทำแอนิเมชันง่ายขึ้น เช่น โปรแกรม MAYA 3D MAX Adobe Flash เป็นต้น วิธีนี้เป็นวิธีที่ประหยัดเวลาการผลิตและลดต้นทุนเป็นอย่างมาก เช่น ภาพยนตร์เรื่อง Toy Story ใช้แอนิเมเตอร์เพียง 110 คนเท่านั้น (Nattasha, 2019)



ภาพประกอบ 18 Digital Computer Animation

ที่มา:[https://mildmildnatcha22.files.wordpress.com/2018/11/MV5BMTgxOTY4Mjc0MF5BMl5BanBnXkFtZTcwNTA4MDQyMw@@.\\_V1\\_](https://mildmildnatcha22.files.wordpress.com/2018/11/MV5BMTgxOTY4Mjc0MF5BMl5BanBnXkFtZTcwNTA4MDQyMw@@._V1_)

โดยจุดแข็งสำคัญของ Animation ในการออกแบบตัวละครคือ ความอิสระไร้ขีดจำกัดทางความคิดสร้างสรรค์ ศิลปินหรือนักออกแบบสามารถจินตนาการถึงตัวละครที่มีหน้าตา บุคลิก ความสามารถพิเศษ หรือแม้แต่อารมณ์และคุณลักษณะเฉพาะตัวที่อาจเป็นไปได้ในโลกแห่งความเป็นจริง แต่ดูน่าสนใจ มีเสน่ห์ และสะท้อนบุคลิกตราสินค้าได้ (Wells, 2006) อีกทั้งยังปรับแต่งรายละเอียดต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูงอีกด้วย ศักยภาพของตัวการ์ตูนในการดึงดูดความสนใจโดยเฉพาะในกลุ่มเด็กและเยาวชนนั้นมีมากกว่าตัวละครคนจริงหลายเท่าตัว (Neeley, 2007) จึงเป็นอาวุธสำคัญที่แบรนด์ต่างๆ นิยมใช้อย่างแพร่หลาย

ในทางตรงกันข้าม Live Action คือการแสดงที่ใช้นักแสดงมนุษย์เป็นตัวดำเนินเรื่องหลัก อาจจะสร้างขึ้นใหม่ทั้งหมดหรือดัดแปลงมาจากวรรณกรรม การ์ตูน และแอนิเมชันต่างๆ (Angkana, 2021) แม้ว่าภาพยนตร์ประเภท Live Action มักจะมีเอฟเฟกต์คอมพิวเตอร์กราฟิก (CG) และเทคนิคพิเศษอื่นๆ ผสมอยู่ด้วย แต่แก่นหลักยังคงเป็นการแสดงสดของนักแสดงที่เป็นมนุษย์ จุดเด่นคือการถ่ายทอดเรื่องราวที่ดูสมจริง น่าเชื่อถือ เป็นธรรมชาติ (Boboltz, 2017) อีกทั้ง

ยังใช้การปรากฏตัวของดาราดังเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ และดึงดูดแฟนคลับให้มาติดตามผลงานมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การใช้นักแสดงจริงอาจมีข้อจำกัดในการถ่ายทอจินตนาการ เพราะต้องอิงกับกฎทางกายภาพในโลกแห่งความเป็นจริง บางครั้งอาจทำให้เนื้อหาหรือตัวละครผิดเพี้ยนไปจากต้นฉบับเดิม ซึ่งอาจสร้างความไม่พอใจให้แฟนคลับได้ (Lambie, 2020)

เมื่อมาถึงการประยุกต์ใช้เพื่อสร้างตัวละครในงานการตลาด Animation เปิดโอกาสให้แบรนด์ต่างๆ สร้างสรรค์มาสคอตหรือตัวแทนของแบรนด์ (Brand Avatar) ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นสะดุดตา ตรงใจกลุ่มเป้าหมาย และบ่งบอกถึงบุคลิกภาพของแบรนด์เองได้เป็นอย่างดี ดังเช่นกรณีของ Geico บริษัทประกันภัยรถยนต์ที่ใช้กิ้งก่าจิ้ง (Gecko) สีเขียวสดใสม่าเป็นพรีเซนเตอร์ถาวรของแบรนด์ หรือตัวการ์ตูนเสือ Tony the Tiger บนกล่องซีเรียล Frosted Flakes ของ Kellogg's ที่คุ้นตาชาวอเมริกันมานานกว่า 70 ปี (Hosany, 2013) การมีตัวละครของแบรนด์เป็นการตุนยังช่วยก้าวข้ามอคติทางเชื้อชาติ เพศ และวัย ทำให้ลูกค้าทุกกลุ่มสามารถเชื่อมโยงและผูกพันได้โดยไม่มีใครรู้สึกถูกแบ่งแยก (Huang, 2020) ในทางกลับกัน Live Action จะเหมาะสมเมื่อต้องการสร้างการรับรู้ถึงความจริงจัง โดดเด่น และไว้วางใจ อย่างแคมเปญโฆษณาชื่อดัง "Get a Mac" ของ Apple ที่ใช้นักแสดงคู่หนึ่งมาสวมบทเป็นคอมพิวเตอร์ Mac และ PC เพื่อสื่อสารจุดแข็งของผลิตภัณฑ์ผ่านบทสนทนาแบบตัวต่อตัว (Nudd, 2011) หรือ Mercedes-Benz ที่เชิญซูเปอร์สตาร์อย่าง Jon Hamm มาเป็นพรีเซนเตอร์ เพื่อถ่ายทอภาพลักษณ์ที่หรูหรา น่าเชื่อถือของรถผ่านบุคลิกและชื่อเสียงของเขา (Young, 2017) ข้อจำกัดของ Live Action คือต้องคัดเลือกนักแสดงที่ตรงกับภาพจำและความคาดหวังในตัวละครของผู้ชม ซึ่งเป็นเรื่องท้าทายไม่น้อย

อย่างไรก็ดี เทรนด์ล่าสุดในวงการ คือการหลอมรวมทั้ง Animation และ Live Action เข้าไว้ด้วยกัน หรือ "Hybrid Animation" เพื่อรับเอาข้อดีของทั้งสองรูปแบบ นั่นคือได้ทั้งจินตนาการอันไร้ขอบเขตแต่ยังคงรักษาความสมจริงเอาไว้ด้วย (Power, 2008) ดังจะเห็นได้จากภาพยนตร์สุดคลาสสิกอย่าง Who Framed Roger Rabbit ที่ให้ตัวละครกระต่ายการ์ตูนมาปฏิสัมพันธ์กับโลกของคนจริง หรือแฟรนไชส์ดังอย่าง Space Jam และ Alvin and the Chipmunks ที่ได้รับความนิยมล้นหลาม (Johanson, 2019)

การประยุกต์ใช้ Hybrid Animation ในแคมเปญการตลาดนั้น ช่วยสร้างความแปลกใหม่น่าสนใจ และต่อยอดขีดจำกัดของการนำเสนอได้ ดังตัวอย่างของ Chevrolet ที่จับมือกับ Lego และ Warner Bros. ร่วมสร้างโฆษณาแอนิเมชันโปรโมตรถรุ่น Lego Batmobile ในวันแบทแมนป้ายทะเบียน DARK KNIGHT ให้มีชีวิตขึ้นมาพร้อมกับภาพเคลื่อนไหวของแบทแมนมินิฟิกตัวจิ๋ว

ขับรถ พร้อมกับใช้เทคนิค CGI ทำให้รถมีลักษณะเป็น Lego ของจริง นับเป็นการสร้างสรรค์ที่น่าสนใจและสามารถเข้าถึงฐานแฟนคลับทั้ง 3 แปรนตีได้พร้อมกัน (Diaz, 2017)

ดังนั้น Animation และ Live Action ต่างมีศักยภาพมหาศาลในการสร้างตัวละครเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด โดยต่างฝ่ายต่างมีข้อได้เปรียบที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นด้านความคิดสร้างสรรค์ที่เหนือจริง ความสมจริงที่เข้าถึงได้ หรือความคุ้มค่าในการลงทุน การเลือกใช้ขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ เป้าหมาย และทรัพยากรที่แบรนด์มี โดยหัวใจสำคัญคือการสร้างตัวละครที่มีเอกลักษณ์สะท้อนตัวตนของแบรนด์ และสามารถสร้างการเชื่อมโยงทางอารมณ์กับกลุ่มเป้าหมายได้ ซึ่งการผสมข้อดีของทั้ง Animation และ Live Action เข้าไว้ด้วยกันก็เป็นหนทางใหม่ที่น่าจับตามอง และอาจจะกลายเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างแคมเปญการตลาดสุดครีเอทีฟให้โดนใจผู้บริโภคยุคใหม่ต่อไปในอนาคต นอกจากความแตกต่างด้านเทคนิคและศักยภาพในการสร้างสรรค์แล้ว Animation และ Live Action ยังมีผลต่อการรับรู้และการตอบสนองทางอารมณ์ของผู้ชมที่แตกต่างกันอีกด้วย โดยมีงานวิจัยของ (Yoon, 2014) แสดงให้เห็นว่าตัวละครที่เป็นภาพเคลื่อนไหวมักจะสร้างการรับรู้ถึงความอบอุ่น เป็นมิตร และมีมนุษยธรรมได้มากกว่า ในขณะที่การใช้นักแสดงจริงจะให้ความรู้สึกถึงความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และความน่าเชื่อถือมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับอีกงานวิจัยของ (Tremoulet, 2000) ที่ค้นพบว่าผู้คนที่รับรู้ว่ามีชีวิตชีวาและอารมณ์ความรู้สึกในตัวละครดูได้มากกว่าในตัวละครจริง การเข้าใจผลกระทบทางจิตวิทยาเหล่านี้มีความสำคัญยิ่ง เพราะนักการตลาดจะสามารถเลือกรูปแบบที่ตรงกับบุคลิกตราสินค้าและชนิดของผลิตภัณฑ์ได้ดีขึ้น อย่างเช่นในกรณีของสินค้าเพื่อสุขภาพและความงาม การใช้ตัวแทนที่เป็นมนุษย์จริงจะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้มากกว่า ขณะที่สินค้าสำหรับเด็กหรือสินค้าที่ต้องการความรู้สึกสดใส สนุกสนาน ก็เหมาะที่จะใช้ตัวการ์ตูนเพื่อดึงดูดความสนใจได้ดีกว่า (Huang, 2020) นักการตลาดจึงจะต้องตัดสินใจเลือกใช้ Animation หรือ Live Action เพื่อสร้างตัวละครในกลยุทธ์การตลาด มาจากการทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงจุดแข็ง ข้อจำกัด และผลกระทบของทั้งสองรูปแบบ ศึกษาวิเคราะห์คุณลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย และเลือกวิธีที่ตอบโจทย์ได้ตรงที่สุด

#### 4. สาเหตุของการค้นหาตัวละคร (Drivers of Search Popularity)

งานวิจัยที่ผ่านมาได้ศึกษาอย่างกว้างขวางเกี่ยวกับผลกระทบของเหตุการณ์ทางการตลาดต่างๆ ที่มีต่อผลการดำเนินงานของแบรนด์และพฤติกรรมของผู้บริโภค เหตุการณ์เหล่านี้ครอบคลุมตั้งแต่การเปิดตัวภาพยนตร์ ข่าวสารออนไลน์ การร่วมมือกับแบรนด์อื่น ไปจนถึงการ



สร้างกระแสบนโซเชียลมีเดีย ซึ่งล้วนแล้วแต่มีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นความตระหนักรู้ ความสนใจ และการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคที่มีต่อแบรนด์และตัวละคร

4.1 การเปิดตัวภาพยนตร์ (Movie Release) หนึ่งในเหตุการณ์ทางการตลาดที่ได้รับการศึกษาอย่างกว้างขวางคือการเปิดตัวภาพยนตร์ โดย (Mazaheri et al., 2011) พบว่าการเปิดตัวภาพยนตร์สามารถช่วยเพิ่มการรับรู้ถึงแบรนด์และยอดขายได้อย่างมีนัยสำคัญ การศึกษาของ (Karniouchina & V., 2011b) ยังแสดงให้เห็นว่ากระแสข่าวและการพูดถึงภาพยนตร์ที่กำลังจะเข้าฉายสามารถส่งผลดีต่อรายได้และการแพร่กระจายของภาพยนตร์ได้ ซึ่งบ่งชี้ถึงพลังในการสร้างความตื่นตัวและความคาดหวังผ่านกิจกรรมทางการตลาดก่อนการเปิดตัวจริง

4.2 แคมเปญโฆษณา (Advertisement) แคมเปญโฆษณาเป็นเหตุการณ์ทางการตลาดที่สำคัญซึ่งมีผลต่อการสร้างคุณค่าแบรนด์และการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค (Buil et al., 2013) ตรวจสอบบทบาทของการโฆษณาและการส่งเสริมการขายในการสร้างคุณค่าตราสินค้า ผลการศึกษาพบว่าทั้งการโฆษณาและการส่งเสริมการขายมีผลกระทบเชิงบวกต่อการรับรู้คุณภาพ ความภักดีต่อแบรนด์ และการเชื่อมโยงกับแบรนด์ อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมการขายมีแนวโน้มที่จะส่งผลเสียต่อการรับรู้คุณค่าในระยะยาว ดังนั้นแบรนด์จึงควรใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการขายอย่างระมัดระวังและคำนึงถึงผลกระทบระยะยาวที่อาจเกิดขึ้น

4.3 ข่าวสารออนไลน์ (Blog News) งานวิจัยเน้นย้ำถึงความสำคัญของการสร้างกระแสออนไลน์และการพูดถึงแบรนด์ในโลกออนไลน์ (Bollen et al., 2011) ซึ่งชี้ให้เห็นว่ากระแสโซเชียลมีเดียมีบทบาทสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมผู้บริโภคและพลวัตของตลาด โดยการวิเคราะห์ข้อความบนทวิตเตอร์ (Culotta & A, 2010) สามารถตรวจจับการระบาดของโรคไข้หวัดใหญ่ได้อย่างแม่นยำ ขณะที่ (Bollen et al., 2011) แสดงให้เห็นว่าอารมณ์ของผู้ใช้งานทวิตเตอร์สามารถใช้ในการพยากรณ์การเคลื่อนไหวของตลาดหุ้นได้ ซึ่งเน้นย้ำถึงศักยภาพของการวิเคราะห์ข้อมูลโซเชียลมีเดียในการทำความเข้าใจและคาดการณ์แนวโน้มของตลาด

4.4 การร่วมมือ (Collaboration) การร่วมมือระหว่างแบรนด์หรือตัวละครกับแบรนด์อื่นๆ ก็เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ทางการตลาดที่ได้รับความสนใจในงานวิจัย (Ahn et al., 2010) ศึกษาผลกระทบของการร่วมมือกับนักกีฬาต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์กีฬา โดยพบว่าความรู้ของผู้บริโภคเป็นตัวแปรปรับ (moderating variable) ที่สำคัญ กล่าวคือ ผู้บริโภคที่มีความรู้มากเกี่ยวกับแบรนด์และนักกีฬามักจะตอบสนองต่อการร่วมมือในเชิงบวกมากกว่า การศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าการเลือกพันธมิตรที่เหมาะสมและการกำหนดเป้าหมายผู้บริโภคที่ถูกต้องมีความสำคัญต่อความสำเร็จของกลยุทธ์การร่วมมือ

4.5 อีเวนต์ (Event) อีเวนต์และการจัดกิจกรรมพิเศษเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์การตลาดเพื่อกระตุ้นความสนใจและการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค การจัดอีเวนต์ที่มีความคิดสร้างสรรค์และตอบโจทย์ความชอบของกลุ่มเป้าหมาย สามารถเพิ่มความผูกพันของลูกค้าและสร้างประสบการณ์ตราสินค้าที่ดีที่สุด การวิจัยของ (Leischnig, 2011) ยังแสดงให้เห็นว่าการจัดอีเวนต์ที่ประสบความสำเร็จไม่เพียงแต่ช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับแบรนด์ แต่ยังส่งผลดีต่อการรับรู้ คุณค่าตราสินค้า และความตั้งใจซื้อในระยะยาวอีกด้วย

4.6 การเปิดตัวเกม (Game Release) การเปิดตัวเกมที่เกี่ยวข้องกับแบรนด์หรือตัวละครก็เป็นอีกหนึ่งกิจกรรมสำคัญในการสร้างการมีส่วนร่วมและขยายฐานแฟนคลับ (Terlutter, 2013) พบว่าเกมที่ออกแบบอย่างดี มีคุณภาพ และเชื่อมโยงกับตราสินค้าอย่างเหมาะสม สามารถเพิ่มการรับรู้ทัศนคติที่ดี การจดจำ และความผูกพันของลูกค้า โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคที่ชื่นชอบเกม นอกจากนี้การผสานเกมเข้ากับกิจกรรมทางการตลาดอื่นๆ เช่น การจัดอีเวนต์ การแข่งขัน หรือการมอบรางวัล ก็ช่วยเพิ่มแรงจูงใจในการเข้าร่วมและสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจได้

4.7 คำพ้องรูป (Homograph) การปรากฏของคำพ้องรูป (Homograph) ซึ่งเป็นคำที่สะกดเหมือนกันแต่มีความหมายต่างกัน อาจสร้างความสับสนหรือเบี่ยงเบนความสนใจของผู้ค้นหา (Gupta, 2013) พบว่าคำพ้องรูปสามารถนำผู้ค้นหาไปสู่เนื้อหาหรือเว็บไซต์ที่ไม่เกี่ยวข้องได้ ทำให้สถิติการค้นหาไม่สะท้อนความสนใจที่แท้จริงต่อแบรนด์หรือตัวละคร

4.8 การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product) การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกี่ยวข้องกับตัวละครเป็นอีกหนึ่งเหตุการณ์สำคัญทางการตลาดที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของแบรนด์ (Fu et al., 2017) ศึกษาผลกระทบของความคล้ายคลึงกันระหว่างผู้ใช้ที่มีต่อความตั้งใจในการซื้อตัวภาพยนตร์ออนไลน์ในบริบทของการซื้อขายทางสังคม ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการรับรู้ถึงความเหมือนกันระหว่างผู้ใช้มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการซื้อ นอกจากนี้ความสัมพันธ์นี้ยังถูกเสริมแรงด้วยปฏิสัมพันธ์ทางสังคมบนแพลตฟอร์มอีกด้วย ซึ่งบ่งชี้ว่าแบรนด์สามารถใช้ประโยชน์จากพลวัตทางสังคมและความคล้ายคลึงกันระหว่างผู้บริโภคเพื่อส่งเสริมความสำเร็จของการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่

4.9 ซีรีส์ที่ออกอากาศ (Series on Air) Liu et al. (2018) และ Shen et al. (2019) พบว่าการสร้างเนื้อหาและการปรากฏตัวของตัวละครอย่างต่อเนื่องในภาพยนตร์ สินค้า หรือสื่อต่างๆ ช่วยรักษาและกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภคได้เมื่อเวลาผ่านไป การรักษาภาพลักษณ์และเรื่องราวของตัวละครผ่านสื่อและผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ ทำให้ผู้บริโภคจดจำและมีความผูกพันกับตัวละครได้ยาวนานขึ้น

4.10 การเป็นไวรัลบนโซเชียลมีเดีย (Social Media Trending) กระแสไวรัลบนโซเชียลมีเดียเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความนิยมและการค้นหาตัวละคร การวิจัยของ (Araujo, 2017) พบว่าการสร้างคอนเทนต์ที่น่าสนใจ สร้างสรรค์ สะท้อนบุคลิกของแบรนด์ และตอบสนองต่อเทรนด์ หรือกระแสสังคม มีแนวโน้มที่จะถูกแชร์และเป็นไวรัลได้ง่าย นอกจากนี้การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ติดตามอย่างสม่ำเสมอ การสร้างแฮชแท็กเฉพาะ และการร่วมมือกับอินฟลูเอนเซอร์หรือ

ผู้มีอิทธิพลบนโซเชียลมีเดีย ก็ช่วยให้เนื้อหาเข้าถึงผู้คนในวงกว้างและกลายเป็นไวรัลได้เช่นกัน การที่ตัวละครหรือแบรนด์กลายเป็นที่พูดถึงบนโซเชียลมีเดียจึงสะท้อนให้เห็นถึงความสนใจและความนิยมที่เพิ่มขึ้น ซึ่งมักส่งผลให้ปริมาณการค้นหาเพิ่มตามไปด้วย

งานวิจัยนี้ได้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของเหตุการณ์ทางการตลาดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการเปิดตัวภาพยนตร์ กระแสออนไลน์ ความร่วมมือระหว่างแบรนด์ การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ และแคมเปญโฆษณา ซึ่งล้วนแล้วแต่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนผลการดำเนินงานของแบรนด์ การรับรู้ของผู้บริโภค และพฤติกรรมผู้บริโภค การศึกษาเหล่านี้เน้นย้ำถึงความจำเป็นในการพิจารณาบริบททางการตลาดที่กว้างขึ้นเมื่อทำการประเมินปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของแบรนด์และตัวละคร นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของการวิเคราะห์ข้อมูลออนไลน์และโซเชียลมีเดียในการติดตามกระแสและพยากรณ์แนวโน้มของตลาด ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับนักการตลาดในการวางแผนและดำเนิน

## 5. ระยะเวลา (Time Elapsed)

ปัจจัยด้านระยะเวลาที่ผ่านไปนับจากจุดเริ่มต้น (Time Elapsed) มีผลต่อระดับความสนใจและปริมาณการค้นหาของผู้บริโภคที่มีต่อตัวละคร โดย (K. L. Keller, 2013) พบว่าตัวละครที่สามารถรักษาระดับความสนใจของผู้บริโภคได้ในระยะยาวมักมีการสื่อสารการตลาดและจัดกิจกรรมส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมและความผูกพันของผู้บริโภค ในทางตรงกันข้าม (Kim, 2021) ชี้ว่าหากไม่มีการสื่อสารการตลาดหรือกิจกรรมส่งเสริมในช่วงเวลาหนึ่ง ปริมาณการค้นหาและความสนใจที่มีต่อตัวละครจะค่อยๆ ลดลงตามกาลเวลา

นอกจากกิจกรรมทางการตลาดแล้ว (Liu et al., 2018) และ (Shen et al., 2019) ยังพบว่าการสร้างเนื้อหาและการปรากฏตัวของตัวละครอย่างต่อเนื่องในภาพยนตร์ สินค้า หรือสื่อต่างๆ ช่วยรักษาและกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภคได้เมื่อเวลาผ่านไป การรักษาภาพลักษณ์และเรื่องราวของตัวละครผ่านสื่อและผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ ทำให้ผู้บริโภคจดจำและมีความผูกพันกับตัวละครได้ยาวนานขึ้น

ในยุคดิจิทัลที่ผู้บริโภคมีทางเลือกมากมาย การสร้างปฏิสัมพันธ์และความผูกพันระหว่างตัวละครกับกลุ่มเป้าหมายจึงเป็นสิ่งสำคัญในการรักษาความสนใจ ความนิยม และความภักดีของผู้บริโภคในระยะยาว (K. L. Keller, 2013) เสนอว่าการสร้างประสบการณ์ที่มีความหมายและสร้างความผูกพันทางอารมณ์กับตัวละครอย่างสม่ำเสมอ เป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับผู้บริโภค โดยเน้นการสื่อสารและกิจกรรมที่สร้างคุณค่าและเชื่อมโยงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายช่องทางออนไลน์และโซเชียลมีเดียเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างปฏิสัมพันธ์และความผูกพันของผู้บริโภคกับตัวละคร (Hollebeek, 2014) พบว่าเนื้อหา กิจกรรม และประสบการณ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมและแสดงความคิดเห็น ช่วยส่งเสริมการมีส่วนร่วม ความผูกพัน และการบอกต่อได้ดี นอกจากนี้ (Majid, 2017) ระบุว่ากลยุทธ์คอนเทนต์ที่หลากหลาย ทั้งข้อความ รูปภาพ วิดีโอ และเกม ช่วยสร้างการมีส่วนร่วมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายมากขึ้น

France (2016) พบว่าการสร้างชุมชนออนไลน์ที่ให้แฟน ๆ มีปฏิสัมพันธ์กัน แบ่งปันประสบการณ์ และร่วมสร้างสรรค์เนื้อหา ช่วยส่งเสริมความผูกพันและความจงรักภักดีต่อตัวละครในระยะยาว การสร้างคอนเทนต์พิเศษ จัดกิจกรรมแฟนคลับ หรือให้แฟน ๆ มีส่วนร่วมตัดสินใจบางอย่างของตัวละคร ช่วยให้แฟน ๆ รู้สึกมีคุณค่าและผูกพันกับตัวละครมากขึ้น (Moon, 2018) ระบุว่าความร่วมมือกับแบรนด์อื่นในการสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ เช่น สินค้าลิมิเตด อีเวนต์พิเศษ หรือทำภาพยนตร์ซีรีส์ร่วมกัน ช่วยเพิ่มการเข้าถึง ดึงดูดฐานแฟนใหม่ และกระตุ้นกระแสบอกต่อ ซึ่งขยายการรับรู้ ความนิยม และความผูกพันกับตัวละครในระยะยาว

ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ Line Friends ที่สร้างสติ๊กเกอร์ใหม่ ๆ จัดกิจกรรมและแคมเปญในแอปอย่างต่อเนื่อง พร้อมขยายไลน์สินค้า เปิดคาเฟ่ และร่วมมือกับแบรนด์ดัง เพื่อรักษากระแสความนิยมและสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ (Moon, 2018) เช่นเดียวกับ Hello Kitty ของ Sanrio ที่ประสบความสำเร็จยาวนานกว่า 60 ปี ด้วยการสร้างเนื้อหา กิจกรรมแฟนคลับ และความร่วมมือกับแบรนด์ดังอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นสร้างประสบการณ์พิเศษและการมีส่วนร่วมของแฟน ๆ (Yano, 2013)

## 6. แนวคิดดัชนีความสนใจ (Attention Index)

ความสนใจ (attention) หมายถึง กระบวนการทางความคิดที่บุคคลใส่ใจหรือสนใจไปกับบางสิ่งบางอย่างขณะเดียวกันจะปฏิเสธบางอย่างไปด้วย เช่น บุคคลสามารถเลือกที่จะสนใจกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้ (selective attention) ในขณะเดียวกันบุคคลยังสามารถแบ่งความสนใจไปกับกิจกรรมได้

สองสิ่งในเวลาเดียวกันด้วย (divided attention) (Goldstein, 2008) ความสนใจเป็นหนึ่งในขั้นตอนการรู้คิดที่สำคัญในการที่จะทำกระบวนการทางสมองขั้นสูง (Higher brain function) อื่น ๆ เนื่องจากในสภาวะทั่วไปสิ่งแวดล้อมภายนอกมีหลายเหตุการณ์เกิดขึ้นรอบตัวเรา แต่มนุษย์ไม่สามารถรับรู้ทุกสิ่งทุกอย่างที่เกิดขึ้นได้ จึงต้องเลือกรับรู้สิ่งเร้าที่จำเพาะเจาะจง (Selective stimuli) จนเกิดเป็นกระบวนการความสนใจ (Attention process) (ปรัชญา, 2551)

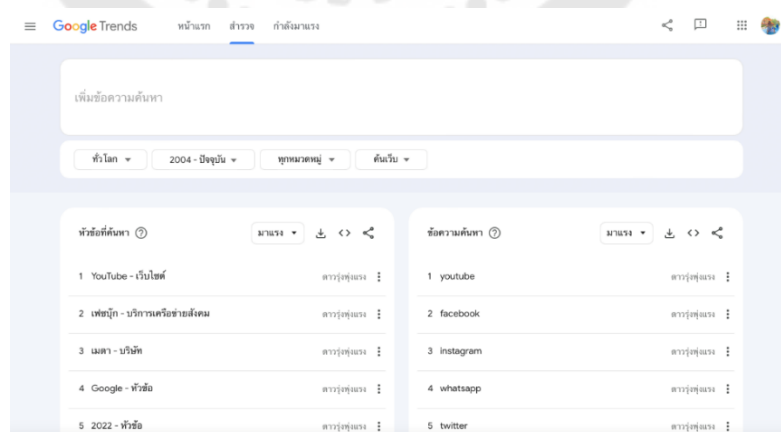
ในยุคที่อินเทอร์เน็ตทำหน้าที่เป็นแหล่งความรู้อันกว้างใหญ่ เชื่อมโยงผู้คนทั่วโลก นักการตลาดจึงต้องหาเครื่องมือชี้วัดการเปลี่ยนแปลงของสิ่งที่ต้องการติดตาม ซึ่งได้มาจากการคำนวณทางสถิติ ซึ่งเครื่องมือนี้คือ “ดัชนี (Index)” โดยในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะกล่าวถึง ดัชนีความสนใจของผู้บริโภคบนอินเทอร์เน็ต (Attention Index) เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจ ซึ่งในอดีตมีการวัดระดับความสนใจโดยการทดสอบด้วยทฤษฎีของตูลูส-ปิเอรอง (Toulouse-Pieron) อุปกรณ์การทำทดสอบประกอบด้วยกล่องขนาดเล็ก 1,600 กล่อง กระจายเป็นคอลัมน์และแถว (40 × 40) กล่องเล็กๆ แต่ละกล่องจะมีเครื่องหมายอยู่ที่ตำแหน่งที่แตกต่างกัน (บน, ล่าง, ซ้าย, ขวา, มุมหนึ่ง ฯลฯ) 25 % ของ 1,600 กล่องตรงกับโมเดลที่ให้ไว้ที่ และหัวเรื่อง จะต้องค้นหาและทำเครื่องหมายกล่องที่คล้ายกัน 400 กล่องโดยเร็วที่สุดภายในระยะเวลา 15 นาที โดยผลการทดสอบพบว่าระดับความสนใจสูงสุดอยู่ในระดับ 100 ซึ่งถือเป็นการทดลองที่นักจิตวิทยาต่างก็ยอมรับเนื่องจากต้องอาศัยสมาธิและความซ้ําซากจ้ําเจอย่างมา (Toulouse and Pieron, 1972) อ้างถึงใน Yesica Paola Villarreal Arroyo, 2023)

โดย ดัชนีความสนใจ (Attention Index) สามารถประเมินความโดดเด่นและการมองเห็นเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ตได้ทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ตัวอย่างเชิงปริมาณ เช่น วัดอัตราการคลิกผ่าน วัดระดับการมีส่วนร่วม และการโต้ตอบบนโซเชียลมีเดีย นอกจากนี้ ตัวอย่างปัจจัยเชิงคุณภาพ เช่น วัดความเกี่ยวข้องของเนื้อหา วัดความเป็นเอกลักษณ์ และความนิยมของไวรัล เป็นต้น เมื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในชีวิตผู้บริโภคมากขึ้นส่งผลให้ดัชนีความสนใจบนอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคผันผวน ซึ่งสาเหตุเกิดได้หลายปัจจัย เช่น โปรแกรมเสิร์ชข้อมูล (Search Engine), ความชอบของผู้บริโภคบนอินเทอร์เน็ต, แนวโน้มที่เกิดขึ้นในอนาคตที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ และทางด้านจิตวิทยา เช่น การอคติด้านการรับรู้ ช่วงระยะเวลาความสนใจ และผลกระทบของเนื้อหาทางอารมณ์ ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้ความสนใจผันผวน ดังนั้นการรับมือและทำความเข้าใจกับปัจจัยเหล่านี้จึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้สร้างเนื้อหา นักการตลาด และนักวางกลยุทธ์ดิจิทัล

อย่างไรก็ตามดัชนีความสนใจบนอินเทอร์เน็ตสามารถเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ดังนั้น นักการตลาดจึงต้องมองหากลยุทธ์เพื่อดึงดูดและรักษาความสนใจของผู้บริโภคตลอดเวลา ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกกลยุทธ์ การสร้างตัวละคร เพื่อนำมาเป็นตัวชี้วัดระดับความสนใจของผู้บริโภคบนอินเทอร์เน็ตที่ทำให้ตัวละครนั้นประสบความสำเร็จ

## 7. Google Trend

Google Trend คือ เครื่องมือของ Google ที่ช่วยให้ผู้ใช้สามารถสำรวจคำค้นหาและหัวข้อยอดนิยมบน Google สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในหลายๆ ด้าน โดยนำความสนใจหรือพฤติกรรมของผู้บริโภคมาวิเคราะห์เพื่อการตัดสินใจ เช่น ตรวจสอบว่าผู้บริโภคมีความสนใจในตัวแบรนด์สินค้าไหนมากกว่ากัน ตรวจสอบเทรนด์การค้นหาของสินค้า เพื่อหาสินค้าเข้ามาขายหรือเลือกใช้กลยุทธ์ที่มีความเหมาะสม อย่างการสร้าง Brand Awareness ทั้งการวางแผนเปรียบเทียบ กับคู่แข่ง วิเคราะห์ Keyword Analysis สำหรับการทำ SEO (Search Engine Optimization) (อรพิชา สังขมณีนาคร, 2561)ทำให้ผู้ใช้สามารถเห็นภาพรวมของความนิยมของคำค้นหาในแต่ละช่วงเวลา และเปรียบเทียบความนิยมของหลาย ๆ คำค้นหาได้ นอกจากนี้ยังสามารถดูลักษณะการค้นหาของผู้ใช้ที่แบ่งเป็นประเทศและเจาะลึกไปยังจังหวัดหรือภูมิภาคต่าง ๆ ได้เช่นกัน นอกจากนี้ยังสามารถดูเทรนด์คำค้นหาอดีตรายวันได้อีกด้วยและยังมี Filter ที่ช่วยให้คุณกดย้อนดูความนิยมในหลาย ๆ ปีที่ผ่านมาเพื่อวิเคราะห์โอกาสเติบโตของ Keyword นั้นเพื่อนำไปต่อยอดในการสร้างคอนเทนต์ได้อีกด้วย



ภาพประกอบ 19 Google trend

ที่มา <https://trends.google.com/trends/explore?date=all>

โดยข้อมูล Google Trends เป็นข้อมูลในรูปแบบของดัชนี (Index) จะมีค่าอยู่ ระหว่าง 0-100 และเป็นข้อมูลดัชนีที่อยู่ในรูปแบบ Dynamic ที่สามารถเปลี่ยนแปลงไปตามขนาด หรือตาม การกำหนดช่วงเวลาในการค้นหา เป็นข้อมูลเชิงเปรียบเทียบที่ผ่านการปรับฐานหรือการทำ Normalized โดยสามารถเปรียบเทียบค่าดัชนีนี้กับสิ่งอื่นๆ ได้ ไม่ว่าจะ เป็นในลักษณะของแบนด์ ลินค่าต่อแบนด์ลินค่า ช่วงเวลาต่อช่วงเวลา สถานที่ต่อสถานที่ โดยไม่จำเป็นต้องสนใจในเรื่อง ของ ประชากรและปัจจัยแวดล้อมอื่นในพื้นที่นั้น เนื่องจากมีการปรับให้เข้ากับปริมาณการค้นหาใน ภูมิภาค นั้นๆ แล้ว ซึ่งสามารถแสดงข้อมูลเป็นรายชั่วโมง รายวัน รายสัปดาห์ และรายเดือน โดย หากมีจำนวนการค้นหาไม่มากพออย่างมีนัยสำคัญ ข้อมูลจะแสดงเป็นรายเดือนแทน โดยสามารถ เลือกช่วงของ ข้อมูลที่แตกต่างกันได้ ทั้งในช่วงชั่วโมงที่แล้ว, 4 ชั่วโมงที่แล้ว, วันที่แล้ว, 7 วันที่แล้ว, 30 วันที่แล้ว, 90 วันที่แล้ว, 12 เดือนที่แล้ว, 5 ปีที่แล้ว หรือสามารถเลือกช่วงเวลาตามที่เราต้องการ ได้ตั้งแต่ปี 2004 - ปัจจุบัน โดย Google Trends จะแสดงผลตามเวลามาตรฐานแปซิฟิก (Pacific Standard Time) ซึ่งเป็นเวลาที่ช้ากว่าเวลาสากล 8 ชั่วโมง หรือ UTC-8 (Bijl, et al, 2016 อ้างอิงใน อรพิชา สังขมณีนาคร, 2561)ซึ่งต่อมาพบว่าการใช้มาตรฐานเวลาดังกล่าวนี้นี้ทำให้ไม่สามารถที่จะ นำมาใช้ในการ พยากรณ์หรือคาดการณ์แนวโน้มได้แบบรายวัน งานวิจัยที่ผ่านมาจึงนิยมศึกษาใน แบบรายสัปดาห์ หรือแบบรายเดือน (Thomas Dimpfl and Stephan Jank, 2016)ซึ่งมีการศึกษา หลายชิ้นได้แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของข้อมูล Google Trends ในการวิจัยการตลาด ตัวอย่างเช่น วิเคราะห์ข้อมูล Google Trends เพื่อคาดการณ์รูปแบบการขายสำหรับการเปิดตัว ผลิตภัณฑ์ใหม่ พวกเขาพบว่าความสนใจในการค้นหามีความสัมพันธ์กับยอดขายผลิตภัณฑ์ โดย เน้นถึงพลังในการคาดการณ์ของเครื่องมือนี้ (Moe, 2018)อีกทั้งในการศึกษาอื่น ยังใช้ Google Trends เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสนใจในการค้นหาและราคาหุ้น ได้ผลการศึกษาว่า Search Volume Index (SVI) สามารถพยากรณ์และคาดการณ์แนวโน้มได้ใน 1 หรือ 2 สัปดาห์ แรก และ Search Volume Index (SVI) เป็นตัวนำที่ทำให้เกิดผลตอบแทนที่เป็นลบ โดยให้ ข้อสังเกตไว้ว่านักลงทุนจะมีกลยุทธ์ในการซื้อ ขายโดยขึ้นกับการขายหุ้นเมื่อมีความถี่ในการค้นหา ใน Google มาก และจะทำการซื้อหุ้นเมื่อความถี่ ในการค้นหานั้นไม่ได้มีมากนัก โดยให้ความเห็น ว่าความสัมพันธ์ระหว่าง Search Volume Index (SVI) และผลตอบแทนจะมีการเปลี่ยนแปลงตาม เวลา (Bijl, et al, 2016 อ้างอิงใน อรพิชา สังขมณีนาคร, 2561) ในด้านการแพทย์ Google Trends ได้รับการพิสูจน์ว่าเป็นเครื่องมืออันทรงคุณค่าในการเฝ้าระวังด้านสาธารณสุข นักวิจัยและองค์กร ด้านสุขภาพใช้ประโยชน์จากข้อมูลเพื่อติดตามการแพร่กระจายของโรคติดเชื้อ ติดตามการระบาดของ ไข้หวัดใหญ่ และระบุกิจกรรมการค้นหาที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพที่เพิ่มขึ้น ด้วยการวิเคราะห์

รูปแบบการค้นหา ผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพจึงสามารถคาดการณ์และตอบสนองต่อข้อกังวลด้านสุขภาพที่เกิดขึ้น ซึ่งมีส่วนทำให้เกิดมาตรการด้านสาธารณสุขเชิงรุกมากขึ้น (Jeremy Ginsberg, 2009) ในด้านการเมือง ช่วงฤดูการเลือกตั้ง Google Trend กลายเป็นเครื่องมือที่อิทธิพลสำหรับนักวิเคราะห์ทางการเมืองและนักยุทธศาสตร์การรณรงค์หาเสียง การตรวจสอบรูปแบบการค้นหาที่เกี่ยวข้องกับผู้สมัคร ประเด็นทางการเมือง และเหตุการณ์การเลือกตั้ง นักวิจัยจะได้รับข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความรู้สึกของผู้มีสิทธิเลือกตั้งและแนวโน้มทางการเมืองที่เกิดขึ้นใหม่ เครื่องมือนี้ให้ข้อมูลที่ชี้แจงแบบเรียลไทม์แก่ผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ช่วยให้แคมเปญสามารถปรับกลยุทธ์ตามความสนใจของสาธารณะได้ (Panagiotis Metaxas, 2012) เช่น การดีเบตครั้งแรกระหว่างนางฮิลลารี และนายทรัมป์ ซึ่งมีผู้ค้นหา “Clinton Trump Debate” ทำให้หลังการจบดีเบตทำให้ดัชนีดาวโจนส์ร่วงหน้าตอบรับโดยพุ่งขึ้นกว่า 100 จุด โดยนักวิเคราะห์หามองว่านี่เป็นสัญญาณที่นางฮิลลารีได้รับชัยชนะในการดีเบตครั้งนี้ ซึ่งถ้าอธิบายอย่างง่ายคือคนไหนดังกว่า ก็จะมีคนค้นหามากกว่า และทำให้คนที่ยังไม่ตัดสินใจว่าจะเลือกคนไหน มาตัดสินใจในวินาทีสุดท้าย เพราะได้ยินชื่อคนนั้นบ่อยกว่า

โดยตัวอย่างเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงประโยชน์ในด้านต่าง ๆ เช่น วิจัย ธุรกิจ สาธารณสุข การเมือง เศรษฐศาสตร์ และการวิเคราะห์วัฒนธรรม ทำให้เห็นถึงความความน่าเชื่อถือของข้อมูล Google Trends อีกทั้งยังแสดงข้อมูลเชิงลึกแบบเรียลไทม์เกี่ยวกับพฤติกรรมและแนวโน้มของผู้บริโภค ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกใช้ Google Trends มาใช้สำหรับการเก็บข้อมูลแทนการ Survey เนื่องจากมีความคล่องตัวและความสามารถในการเข้าถึงทำให้เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าสำหรับนักการตลาดและนักวิจัย และมีงานวิจัย Forecasting Private Consumption: Survey-based Indicators vs. Google Trends ที่เป็นการเปรียบเทียบประสิทธิภาพระหว่าง Google Trends Insights for Search และตัวชี้วัดที่ได้จากเก็บแบบสำรวจ การศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า Google Trends เป็นแหล่งข้อมูลใหม่ที่มีแนวโน้มดีมากกว่าการคาดการณ์ของตัวบ่งชี้ของ Google ได้รับการพิสูจน์แล้วว่าดีกว่าตัวบ่งชี้ที่อิงจากการสำรวจทั่วไป วิธีการอื่นๆ หากการเลือกหมวดหมู่ใน Google trend อาจเพิ่มความแม่นยำของตัวบ่งชี้ให้ดียิ่งขึ้นไปอีก (Torsten Schmidt, 2009)

## 8. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเชื่อมโยงตราสินค้า (Brand Association)

การเชื่อมโยงตราสินค้า เป็นสัญลักษณ์หรือภาพที่ผู้บริโภคเชื่อมโยงกับธุรกิจและผลิตภัณฑ์หรือผลประโยชน์ที่พวกเขาได้รับจากบริษัท โดยทั่วไปซึ่งหมายถึงโลโก้หรือสัญลักษณ์ที่บริษัทต่างๆ อาจใช้เพื่อสร้างชื่อเสียงที่สอดคล้องกับผู้ชมหรือผู้บริโภคของตน เป้าหมายคือการให้ผู้บริโภคเชื่อมโยงตราสินค้าและโลโก้หรือสัญลักษณ์ของบริษัทในลักษณะเชิงบวก การเชื่อมโยง



ตราสินค้ายังสามารถสร้างความตระหนักรู้ถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้ด้วยการเน้นย้ำถึงคุณค่าและคุณภาพของสินค้าขององค์กร

โดยมีนักวิชาการได้ให้ความหมายของ การเชื่อมโยงตราสินค้า (Brand Association) ไว้มากมาย ผู้วิจัยจึงเลือกของนักวิชาการที่ให้ความหมาย การเชื่อมโยงตราสินค้า (Brand Association) แบบเข้าใจง่ายดังนี้

Aaker (2009) การเชื่อมโยงกับตราสินค้า (Brand Association) หมายถึง ความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงตราสินค้ากับความทรงจำของผู้บริโภค ซึ่งช่วยสร้างทัศนคติเชิงบวกและเป็นเหตุผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า โดยแบ่งเป็น 11 ประเภท ดังนี้

1.คุณลักษณะของสินค้า - นำลักษณะเด่นของสินค้ามากำหนดตำแหน่งตราสินค้า เช่น ใช้นวัตกรรมใหม่หรือส่วนผสมจากธรรมชาติในการผลิต เป็นกลยุทธ์การวางตำแหน่งที่ใช้บ่อยที่สุด

2.คุณสมบัติที่จับต้องไม่ได้ - ใช้คุณสมบัติที่ไม่เป็นรูปธรรม เช่น ใบน้ำคู่อ่อนเยาว์ มาเปรียบเทียบกับคู่แข่งเพื่อช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจ

3.คุณประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับ - นำประโยชน์จากการใช้สินค้ามาสร้างตราสินค้า แบ่งเป็นคุณประโยชน์ด้านเหตุผลที่เชื่อมโยงกับคุณสมบัติของสินค้า และคุณประโยชน์ด้านจิตใจเกี่ยวกับทัศนคติและความรู้สึกขณะใช้สินค้า เช่น คุณค่าของชีวิตจากการทำประกัน

4.ราคา - ตั้งราคาสูงเพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณภาพที่สูงกว่าในประเภทสินค้าเดียวกัน

5.การใช้งาน - กำหนดตำแหน่งตราสินค้าจากวิธีใช้เพื่อขยายตลาดและเพิ่มความถี่ในการใช้ของผู้บริโภค เช่น ยาสีฟันแบบน้ำ

6.ผู้ใช้ - เชื่อมโยงตราสินค้ากับประเภทผู้ใช้ที่เป็นตัวตนจริงหรือสมมติ ซึ่งบอกกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน เช่น ตราสินค้าจิลล์ สจ๊วต ออกแบบให้ดูเป็นเจ้าของ

7.ผู้รับรองตราสินค้า - ใช้นักแสดงที่มีชื่อเสียง เช่น ดารา มาเป็นพรีเซนเตอร์ เพื่อช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้ตราสินค้ามากกว่าใช้บุคคลธรรมดา

8.วิถีชีวิตและบุคลิกภาพ - กำหนดตราสินค้าจากบุคลิกของกลุ่มเป้าหมาย เช่น ตราสินค้านี้เหมาะสำหรับผู้หญิงสวยที่มีทัศนคติดีและใช้ชีวิตอย่างชาญฉลาด

9.ประเภทสินค้า - เชื่อมโยงตราสินค้ากับประเภทสินค้าเดียวกัน เช่น สายการบินต้นทุนต่ำ

10.คู่แข่ง - เปรียบเทียบตราสินค้ากับคู่แข่งที่มีชื่อเสียงเพื่อสร้างภาพลักษณ์และบอกว่าเราเหนือกว่า เช่น บริษัทรถเช่าเอวิส ไทยแลนด์ เปรียบตัวเองเป็นอันดับสองรองจากคู่แข่ง

11. ประเทศแหล่งกำเนิด - เชื่อมโยงตราสินค้ากับประเทศต้นกำเนิดที่มีความสัมพันธ์กับ วัตถุประสงค์และกระบวนการผลิต เช่น ตราสินค้าซีเชิได้นำเสนอความมั่งคั่งแบบญี่ปุ่น

การสร้างความสัมพันธ์เหล่านี้จะช่วยให้ผู้บริโภคจดจำและมีทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้า นำไปสู่การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในที่สุด

Kella (1998) การเชื่อมโยงกับตราสินค้า (Brand Association) หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่เชื่อมโยงตราสินค้าเข้ากับความรู้สึกของผู้บริโภค ซึ่งจะแข็งแกร่งขึ้นเมื่อได้รับการสนับสนุนจาก เครื่องมือทางการตลาด โดยสามารถแบ่งการเชื่อมโยงออกเป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

1. การเชื่อมโยงด้านคุณสมบัติของตราสินค้า (Attribute) แบ่งเป็น คุณสมบัติที่เกี่ยวข้องกับสินค้าโดยตรง (Product-related Attribute) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพ หน้าที่ และประโยชน์ใช้สอยของสินค้า คุณสมบัติที่ไม่เกี่ยวกับตัวสินค้า (Non-product-related Attribute) ได้แก่ ข้อมูลด้านราคา บรรจุภัณฑ์ ภาพลักษณ์ของผู้ใช้ และภาพลักษณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์

2. การเชื่อมโยงด้านคุณประโยชน์ของตราสินค้า (Benefit) เป็นการเชื่อมโยงกับคุณค่าที่ ผู้บริโภคได้รับจากการใช้สินค้าหรือบริการ แบ่งเป็น คุณประโยชน์ด้านการใช้งาน (Functional Benefit) เกิดจากคุณสมบัติทางกายภาพของสินค้า คุณประโยชน์ด้านประสบการณ์ (Experiential Benefit) เกิดจากคุณค่าทางความรู้สึกของผู้บริโภคเมื่อใช้สินค้าหรือบริการ และ คุณประโยชน์ด้านสัญลักษณ์ (Symbolic Benefit) เกี่ยวข้องกับบุคลิกลักษณะและการแสดงตัวตนของผู้บริโภคผ่านการ ใช้ตราสินค้า

3. การเชื่อมโยงด้านทัศนคติของตราสินค้า (Attitude) เป็นการประเมินตราสินค้าจาก ความรู้สึกโดยรวมที่ได้จากการใช้สินค้าและบริการ เกิดจากความเชื่อ ความชื่นชอบ หรือไม่ชอบ ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคและสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา นักการตลาดจึงพยายามใช้ เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดเพื่อโน้มน้าวทัศนคติของผู้บริโภคให้เป็นบวกต่อตราสินค้า

การสร้างการเชื่อมโยงกับตราสินค้าที่แข็งแกร่ง ผ่านคุณสมบัติ คุณประโยชน์ และ ทัศนคติ โดยอาศัยเครื่องมือทางการตลาด จะช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความผูกพันทางความรู้สึกกับ ตราสินค้าและส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อในที่สุด

Korchia (2001) การเชื่อมโยงกับตราสินค้า (Brand Association) มีความสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาความภักดีของลูกค้า (Brand Loyalty) กระตุ้นการตัดสินใจซื้อ และสร้าง ภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก แต่การจำแนกประเภทของความเชื่อมโยงต่อตราสินค้าโดย Keller และ Aaker ยังมีข้อจำกัด เพราะความคิดเห็นของผู้บริโภคบางอย่างไม่สามารถจัดหมวดหมู่

ได้อย่างชัดเจน หรือมีความหมายคาบเกี่ยวกันจึงยากต่อการแบ่งกลุ่ม นอกจากนี้ Keller ยังไม่ได้ให้ความสำคัญมากพอกับการศึกษาโครงสร้างทัศนคติในเชิงมิติเดียว (unidimensional construct)

ด้วยเหตุนี้ จึงมีการจัดแบ่งประเภทความเชื่อมโยงต่อตราสินค้าใหม่ให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น โดยแบ่งเป็น 6 ประเภท ได้แก่

1. The Firms - การเชื่อมโยงของผู้บริโภคต่อตราสินค้าผ่านความรู้และข้อเท็จจริงเกี่ยวกับบริษัทเจ้าของแบรนด์
2. Other Organizations - การเชื่อมโยงผ่านการนึกถึงองค์กรอื่นๆ ที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับตราสินค้าโดยตรง รวมถึงบริษัทคู่แข่ง
3. Evoked Universe - การเชื่อมโยงโดยการระลึกถึงสิ่งกระตุ้นแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง เช่น บุคลิกภาพตราสินค้า ผู้รับรองแบรนด์ที่มีชื่อเสียง ผู้ใช้งาน และประสบการณ์ในการใช้
4. Attributes - การเชื่อมโยงโดยนึกถึงคุณสมบัติ ทั้งคุณสมบัติของสินค้าโดยตรง และคุณสมบัติที่ไม่เกี่ยวกับสินค้าโดยตรง เช่น ราคา ประเภทสินค้า การสื่อสารการตลาด และการกระจายสินค้า
5. Benefits - การเชื่อมโยงโดยระลึกถึงคุณประโยชน์ของสินค้า
6. Attitudes - การเชื่อมโยงด้วยทัศนคติที่มีต่อตราสินค้า

ผู้วิจัยจึงขอสรุปเหตุผลที่การเชื่อมโยงตราสินค้า มีความสำคัญ ดังนี้

1. ความคุ้นเคย (Familiarity): การเชื่อมโยงตราสินค้าช่วยให้ลูกค้าจดจำแบรนด์ได้ โดยการแสดงคุณสมบัติที่เป็นเอกลักษณ์ ของแบรนด์ นอกจากนี้ยังช่วยให้บริษัทที่จัดตั้งขึ้นสามารถเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ภายใต้ชื่อแบรนด์เดียวกัน

2. ภาพลักษณ์เชิงบวก (Positive image): การเชื่อมโยงตราสินค้าจะสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกให้กับแบรนด์และผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท ชื่อเสียงเชิงบวกสามารถนำไปสู่ยอดขายที่เพิ่มขึ้นได้

3. การสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง (Differentiation from competitors): การเชื่อมโยงตราสินค้าเชิงบวกและสร้างสรรค์ช่วยให้ผู้บริโภคเห็นภาพโลโก้หรือแบรนด์เฉพาะเจาะจง ในขณะที่เดียวกันก็สร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง สิ่งนี้อาจช่วยพัฒนาความภักดีต่อแบรนด์

4. การประกันคุณภาพ (Quality assurance): บริษัทที่มีการเชื่อมโยงตราสินค้าในเชิงบวกช่วยให้ลูกค้ามั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่พวกเขาเสนอ นอกจากนี้ยังช่วยเพิ่มยอดขายอีกด้วย

ผู้วิจัยได้นำหลักการเชื่อมโยงตราสินค้า (Kella, 1998) มาใช้ในการกล่าวถึงถึงที่มาและความสำคัญของปัญหา เพื่อชี้ให้เห็นว่าในปัจจุบันธุรกิจต่างๆเริ่มมีการใช้หลักการเชื่อมโยงตราสินค้าเพื่อสร้างมูลค่าและสร้างความน่าเชื่อถือสินค้าและบริการ แต่ก็มีข้อบกพร่องอยู่หลายประการ

## 9.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชวลิต ดวงอุทา (2552) ได้ทำการศึกษาการออกแบบคาแรคเตอร์ในงานโฆษณาที่ส่งผลต่อการจดจำสินค้า ผลการศึกษาพบว่า สถานะตัวตัวละครในการออกแบบคาแรคเตอร์นั้น นิยมใช้เป็นตัวการ์ตูนในลักษณะของสัตว์และสิ่งของมากที่สุดอาจจะเป็นด้วยเหตุที่ว่า สิ่งของอาจจะเป็นสินค้า (Product) เช่น ภาพยนตร์โฆษณาน้ำผลไม้เซกิ ที่นำขวดสินค้ามาทำให้เป็นคาแรคเตอร์หรือ สัตว์ ตัวอย่างเช่นภาพยนตร์โฆษณา ยูนิฟ กรีนที่ หนอนซาเขียว อย่างไรก็ตามก็ยังมีสถานะตัวละครที่เห็นรองลงมาก็คือ ตัวคาแรคเตอร์ที่เป็นตัวการ์ตูนเป็นมนุษย์เพศชายหญิง ที่มีลักษณะที่เป็นวัยรุ่นเหมาะสมกับสินค้าประเภทเทคโนโลยีเป็น ต้น อย่างเช่น ภาพยนตร์โฆษณาเอไอเอส กลุ่ม The mobileLIFE Gang มีบุคลิกภาพเป็นแบรนด์ของคนรุ่นใหม่ (Young at heart) ที่ตื่นตื่น สนุกที่จะเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา, สนุกแบบไร้ขีดจำกัดจากโลกแห่งเทคโนโลยีไร้สาย โดยจัดแบ่งกลุ่มบริการใหม่เป็น 6 กลุ่มไลฟ์สไตล์ และนำเสนอในรูปแบบที่ฉีกแนวจากเดิม ด้วยการสร้างตัวการ์ตูนแอนิเมชัน ภายใต้ The mobileLIFE Gang" ที่ประกอบด้วยบุคลิกต่างๆ ที่เป็นตัวแทนของแต่ละกลุ่มไลฟ์สไตล์ ทำหน้าที่สะท้อนการใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน

วิมลพรรณ (2550) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อการ์ตูนญี่ปุ่นที่มีต่อทัศนคติทางเพศของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ที่มีลักษณะประชากรที่เปิดรับสื่อการ์ตูนญี่ปุ่น ลักษณะความรู้เรื่องเพศ และทัศนคติทางเพศ ในการเปิดรับสื่อการ์ตูนญี่ปุ่นกับความรู้เรื่องเพศโดยใช้วิธีการเชิงสำรวจจากกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิจัย พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมปลายมีการเปิดรับสื่อการ์ตูนญี่ปุ่นที่แตกต่างกัน รวมถึงมีความรู้เกี่ยวกับเรื่อง เพศไม่แตกต่าง และในการเปิดรับสื่อการ์ตูนญี่ปุ่น ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องเพศ ความรู้เรื่อง เพศไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติทางเพศ

จิรศักดิ์ จงศรีรัตนกุล (2560) ผลการศึกษาพบว่า เหตุผลหลักที่องค์กรเลือกใช้ตัวการ์ตูน ได้แก่ 1) ความน่ารักและบุคลิกเป็นมิตร 2) ลดความเคร่งเครียดและความเป็นทางการของเนื้อหา 3) ไม่จำกัดอายุชั้น 4) ลดความเสี่ยงที่ผู้บริโภคเกิดความสับสนเมื่อมีการนำบุคคลจริงไปใช้กับแบรนด์อื่น 5) หลีกเลี่ยงความเสี่ยงเรื่องพฤติกรรมไม่เหมาะสม 6) สามารถสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัว

ให้ตราสินค้าได้ 7) เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ทุกเพศทุกวัย 8) เพิ่มมูลค่าให้สินค้าบริการ 9) นำไปใช้สื่อสารได้หลากหลายกว่าการใช้คน และ 10) ช่วยให้ตราสินค้ามีตัวตนชัดเจนขึ้น ส่วนเหตุผลที่เลือกใช้ตัวการ์ตูนที่มีชื่อเสียงแล้ว เพราะตรงกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย และต้องการสร้างกระแสดึงดูดผู้คนได้จำนวนมากอย่างรวดเร็ว

Khogeer (2013) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “มานุษยวิทยาของแบรนด์:ชีวิตวรรณกรรมของ มาสคอตการตลาด BRAND ANTHROPOMORPHISM:THE LITERARY LIVES OF MARKETING MASCOTS” โดยวิทยานิพนธ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของผู้บริโภคกับแบรนด์ต่างๆ ผ่านสัญลักษณ์ทางการตลาดและศึกษาผลกระทบต่อการเล่าเรื่องของมาสคอตทางการตลาด โดยการวิจัยครั้งนี้อ้างอิงวรรณกรรมจากสาขาวิชามานุษยวิทยา พฤติกรรมศาสตร์ วรรณกรรมอังกฤษ และศาสนา เพื่อนำไปเชื่อมโยงด้านการตลาด ด้านการโฆษณา ด้านจิตวิทยา และด้านพฤติกรรมผู้บริโภค อีกทั้งยังจำแนกประเภทมานุษยวิทยาของแบรนด์ ก่อนที่จะแนะนำประเภทใหม่ และยังมี การตรวจสอบการใช้มาสคอตที่มี “ความเป็นมนุษย์ (Humanity)” ผลการวิจัยนี้ก่อให้เกิดความรู้ในด้านมานุษยวิทยาของแบรนด์ โดยเป็นสูตรสำหรับการสร้างมาสคอตทางการตลาดที่น่าดึงดูดใจ ซึ่งตอบสนองความต้องการของวัฒนธรรมที่ต้องการการสื่อสารที่เพิ่มมากขึ้น ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในระดับที่สูงขึ้น และการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างแบรนด์ผู้บริโภคและแบรนด์ที่แข็งแกร่งยิ่งขึ้น

Auto\_API\_DITP\_Analytics (2023) กล่าวว่า ญี่ปุ่นจัดว่าเป็นตลาดธุรกิจคาแรคเตอร์ขนาดใหญ่และเป็นหนึ่งในประเทศที่ประสบความสำเร็จอย่างสูงในการพัฒนาจนเป็นผู้นำในตลาดธุรกิจดังกล่าวของโลก ในปี 2021 ธุรกิจคาแรคเตอร์ในญี่ปุ่นมีมูลค่าตลาดสูงถึง 2.58 ล้านล้านเยน เพิ่มขึ้นจากปี 2020 ร้อยละ 2.5 โดยแบ่งเป็น

1. ตลาด Merchandising Rights (ลิขสิทธิ์การนำคาแรคเตอร์ไปใช้กับสินค้าต่างๆ) 1.33 ล้านล้านเยน ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51.4 ของมูลค่ารวมของตลาด
2. ตลาด Copyrights (ลิขสิทธิ์ที่ได้จากการนำคาแรคเตอร์ไปใช้ในสื่อสิ่งพิมพ์ โฆษณา หรือพีเรียดเตอร์) 1.26 ล้านล้านเยน ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 48.6 ของมูลค่ารวมของตลาด

โดยธุรกิจคาแรคเตอร์ในญี่ปุ่นได้เริ่มมีการเติบโตขึ้นเรื่อยๆ โดยมีผลงานคาแรคเตอร์ที่ได้รับความนิยมอย่างสูงต่อเนื่องเรื่อยมา เช่น อะนิเมะเรื่อง Evangelion ตั้งแต่เมื่อปี 1995 และการ์ตูนเรื่อง Jujutsukaisen ตั้งแต่เมื่อปี 2018 และรวมไปถึงการเปิด Gundum Factory Yokohama ที่ทำให้คาแรคเตอร์ยุคแรกๆ คือ Mobile Suit Gundum ได้กลับมาฮิตอีกครั้ง รวมไปถึง

ความนิยมที่เพิ่มขึ้นตามลำดับของ Kumaba Channel ซึ่งเป็นหนึ่งในรายการออนไลน์จัดทำโดย Virtual YouTuber (VYouTuber) โดยเป็นช่องให้การศึกษาทางปัญญาสำหรับเด็กและให้ความสนุกสนานไปพร้อมๆกับตัวการ์ตูนคาแรคเตอร์ที่สร้างขึ้น โดยได้เริ่มเผยแพร่เป็นครั้งแรกใน YouTube เมื่อ 1 พฤษภาคม 2019 และเมื่อเกิดการระบาดของโรคโควิด รายการออนไลน์ดังกล่าวกลายเป็นสื่อสำคัญที่เหมาะกับสภาวะการกักตัวอยู่ในบ้าน อย่างไรก็ตามสินค้าคาแรคเตอร์มีการใช้กลยุทธ์หลักคือ กำหนดช่วงจังหวะของการออกจำหน่ายสินค้าใหม่ให้สัมพันธ์กับการผลิตรายการพิเศษทางโทรทัศน์หรือทางสื่อต่างๆ การจัดงานมหกรรม-งานนิทรรศการ หรือการจัด Collabo Café ดังนั้นเมื่อการจัดงานต่างๆเหล่านี้ถูกยกเลิก ก็ทำให้การออกจำหน่ายสินค้าใหม่ก็ต้องหยุดชะงักไปด้วย ขณะเดียวกัน การชะงักของการเดินทางของนักท่องเที่ยวไปยังญี่ปุ่นซึ่งเป็นกลุ่มผู้ซื้อจึงทำให้การจำหน่ายสินค้าเหล่านี้ลดลง โดยเฉพาะในเมืองใหญ่ที่เป็นจุดหมายท่องเที่ยวสำคัญซึ่งมักมีสัดส่วนของลูกค้าต่างชาติสูง แต่ในขณะเดียวกัน เป็นที่น่าสังเกตว่า การระบาดของโรคโควิดกลับทำให้สัดส่วนของการค้าสินค้าทางออนไลน์ในมูลค่าการค้าปลีกโดยรวมได้ขยายตัวสูงขึ้น ซึ่งเห็นได้ในธุรกิจคาแรคเตอร์นี้ด้วยเช่นกัน กล่าวคือ ในช่วงตั้งแต่การระบาดของโรคโควิดในปี 2020 สัดส่วนการจำหน่ายสินค้าคาแรคเตอร์ผ่านช่องทางออนไลน์ได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นสูงกว่าสัดส่วนของเมื่อปี 2019 คือ จากร้อยละ 16.3 เป็นร้อยละ 21.1 สภาวะดังกล่าวเป็นที่เข้าใจได้ชัดเจนว่าเนื่องจากผู้คนที่ต้องกักตัวอยู่ในบ้านแต่ยังมีความต้องการสินค้าคาแรคเตอร์ที่ชื่นชอบ จึงใช้ช่องทางการซื้อผ่านออนไลน์ แต่ที่น่าจับตามองคือ แม้ว่าการระบาดของโรคโควิดที่ชะลอตัวลงทำให้การใช้ชีวิตกลับสู่สภาพปกติมากขึ้นแล้วในปี 2021 แต่การค้าออนไลน์ในญี่ปุ่นก็ยังคงมิได้หยุดการขยายตัว

Gorn (2008) ได้ศึกษาผลกระทบของลักษณะใบหน้าแบบทารก (Baby-faced) ของตัวละครที่มีต่อการรับรู้และการตอบสนองของผู้บริโภคในบริบทของวิกฤตการณ์ด้านประชาสัมพันธ์ของแบรนด์ ลักษณะใบหน้าแบบทารกมักถูกเชื่อมโยงกับความรู้สึกอ่อนโยน ไร้เดียงสา และน่าไว้วางใจ ซึ่งอาจส่งผลให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีขึ้นต่อแบรนด์ โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่แบรนด์เผชิญกับความท้าทายหรือข่าวในแง่ลบ ในการศึกษาครั้งนี้ นักวิจัยได้ทำการทดลองโดยให้ผู้เข้าร่วมดูโฆษณาที่มีการใช้ตัวละครในสถานการณ์จำลองวิกฤตการณ์ด้านประชาสัมพันธ์ โดยมีการจัดกลุ่มตัวอย่างเพื่อเปรียบเทียบการใช้ตัวละครที่มีใบหน้าแบบทารกและตัวละครที่มีใบหน้าแบบผู้ใหญ่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้เข้าร่วมที่เห็นโฆษณาซึ่งใช้ตัวละครที่มีใบหน้าแบบทารกมีแนวโน้มที่จะประเมินแบรนด์ในทางบวกมากกว่ากลุ่มที่เห็นตัวละครที่มีใบหน้าแบบผู้ใหญ่ ทั้งในแง่ของความน่าเชื่อถือ ความจริงใจ และความน่าไว้วางใจของแบรนด์

Kim (2016) ได้ศึกษาบทบาทและผลกระทบของการใช้ตัวละครการ์ตูนแอนิเมชันในกลยุทธ์การตลาด โดยเน้นย้ำถึงความสามารถของตัวละครแอนิเมชันในการดึงดูดความสนใจ สร้างการมีส่วนร่วม และกระตุ้นปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภค ผลการศึกษาพบว่า โฆษณาที่ใช้ตัวละครแอนิเมชันสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้มากกว่าโฆษณาที่ใช้ตัวละครภาพนิ่ง โดยผู้ชมใช้เวลาชมและจดจ่อกับโฆษณาที่มีตัวละครแอนิเมชันนานกว่า และผู้ชมรู้สึกเชื่อมโยงและมีส่วนร่วมกับตัวละครแอนิเมชันมากกว่าตัวละครภาพนิ่ง โดยรายงานว่ารู้สึกผูกพันกับเรื่องราวและบุคลิกของตัวละครแอนิเมชันได้ง่ายกว่า

Chiu (2012) ได้ศึกษาผลของประเภทตัวละคร (สัตว์หรือมนุษย์) ที่ใช้ในโฆษณาต่อทัศนคติของผู้บริโภคและความตั้งใจซื้อ โดยทำการทดลองกับผู้เข้าร่วมโดยให้ดูโฆษณาที่ใช้ตัวละครสัตว์และตัวละครมนุษย์ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ ผลการศึกษาพบว่า โฆษณาที่ใช้ตัวละครสัตว์ได้รับการประเมินทัศนคติที่ดีกว่าและสร้างความตั้งใจซื้อได้สูงกว่าโฆษณาที่ใช้ตัวละครมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติเชิงอารมณ์หรือให้ความรู้สึกผ่อนคลาย อีกทั้งผู้เข้าร่วมรายงานว่ารู้สึกมีความสุข ผ่อนคลาย และเชื่อมโยงกับตัวละครสัตว์ได้ง่ายกว่าตัวละครมนุษย์ ซึ่งช่วยสร้างอารมณ์เชิงบวกและทัศนคติที่ดีต่อแบรนด์ได้และการใช้ตัวละครสัตว์ที่มีความเหมาะสมกับประเภทและบุคลิกของผลิตภัณฑ์ยิ่งช่วยเสริมให้โฆษณามีประสิทธิผลมากขึ้น เช่น การใช้ตัวละครสัตว์ที่ดูอ่อนโยนและเป็นมิตรกับผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก

Folse (2012) ได้ศึกษาลักษณะเฉพาะของตัวละครสัตว์ที่ช่วยส่งเสริมบุคลิกและคุณค่าของแบรนด์ โดยวิเคราะห์การใช้ตัวละครสัตว์ที่ประสบความสำเร็จในการสื่อสารการตลาดของแบรนด์ชั้นนำ ผลการศึกษาพบว่า ตัวละครสัตว์ที่มีลักษณะเฉพาะโดดเด่น เช่น ความน่ารัก ขี้เล่น ซื่อสัตย์ กล้าหาญ ฯลฯ สามารถช่วยสื่อสารบุคลิกและคุณค่าของแบรนด์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการสร้างตัวละครสัตว์ที่มีเรื่องราวและพัฒนาการชัดเจน ช่วยให้ผู้บริโภคเข้าใจ จดจำ และเชื่อมโยงกับแบรนด์ได้ง่ายขึ้น และยังช่วยสร้างความแตกต่างให้กับแบรนด์และการใช้ตัวละครสัตว์อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องในการสื่อสารการตลาด ช่วยตอกย้ำบุคลิกของแบรนด์ สร้างการจดจำ และกระตุ้นการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในระยะยาวได้

Mazaheri (2011) ได้ศึกษาผลกระทบของการเปิดตัวภาพยนตร์ที่มีตัวละครหรือผลิตภัณฑ์ของแบรนด์ปรากฏอยู่ (Product Placement) ต่อการรับรู้และยอดขายของแบรนด์ โดยวิเคราะห์ข้อมูลการเปิดตัวภาพยนตร์ ยอดขาย และกิจกรรมทางการตลาดของแบรนด์ต่างๆ ที่มีการวางสินค้าในภาพยนตร์ ผลการศึกษาพบว่า การเปิดตัวภาพยนตร์ที่มีตัวละครหรือสินค้าของแบรนด์เป็นส่วนหนึ่งของเนื้อเรื่องสามารถเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพในการเพิ่มการ

รับรู้และกระตุ้นยอดขายให้กับแบรนด์ได้ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว การวางแผนกลยุทธ์การตลาดโดยใช้การวางสินค้าในภาพยนตร์ควบคู่ไปกับกิจกรรมทางการตลาดอื่นๆ ที่สอดคล้องกัน จะช่วยให้แบรนด์สามารถเพิ่มการรับรู้ สร้างความน่าสนใจ และเพิ่มยอดขายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

Bollen et al. (2011, p. 9) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกระแสอารมณ์บนโซเชียลมีเดีย (Social Media Mood) กับการเคลื่อนไหวของตลาดหุ้น โดยใช้ข้อมูลจากทวีตเตอร์และดัชนีราคาหุ้น Dow Jones Industrial Average (DJIA) ในช่วงปี 2008 ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบจำลองการเรียนรู้ของเครื่อง (Machine Learning Model) เพื่อวิเคราะห์อารมณ์ของทวีตจำนวนมาก และศึกษาความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงของราคาหุ้น ผลการศึกษาพบว่าบทบาทและอิทธิพลของกระแสโซเชียลมีเดียที่มีต่อพฤติกรรมผู้บริโภคและพลวัตของตลาด ข้อมูลจากโซเชียลมีเดียสามารถสะท้อนถึงความรู้สึก ทศนคติ และการตัดสินใจของผู้บริโภคได้แบบเรียลไทม์ ซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและเศรษฐกิจโดยรวม นักการตลาดและนักลงทุนจึงควรติดตามและวิเคราะห์กระแสบนโซเชียลมีเดียอย่างใกล้ชิด เพื่อเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดได้อย่างทันที่

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของผู้วิจัยได้นำวิจัยของ(จิรศักดิ์ จงศรีรัตนกุล, 2560)ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง "การเลือกใช้ตัวการ์ตูนเพื่อการสื่อสารแบรนด์ในธุรกิจบริการ" โดยผลการวิจัยพบว่า เหตุผลที่องค์กรเลือกใช้ตัวการ์ตูน คือ ในตัวการ์ตูนมีความน่ารักและให้ความรู้สึกที่เป็นมิตร ตัวการ์ตูนไม่มีข้อจำกัดเรื่องอายุชั้น, ลดความเสี่ยงการใช้นุ้คคล้ข้ก้บแบรินด้อื่นที่ท้ให้ผู้บริภคส้บสน, ไม้มีคเวมเสียงเรีองภคคกรรมไม้พ้งประสงค้, องค์กรสามารถใส่ใจความส้ค้ญหลักของแบรินดลงไปได้, ตัวการ์ตูนสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้ได้ทุกเพศทุกวัย, ช่วยเพิ่มคูนค้ให้ตราสินค้หรือผลิตภคณท้, นำไปใช้สื่อสารได้หลายช่องทางมากกว่าบุคคลจริง และตัวการ์ตูนท้ให้ตราสินค้จ้บต้องได้ ผู้วิจัยได้นำไปเป็นท้มาและคเวมส้ค้ญของภคคญาของงานวิจัย และนำมาใช้เป็นเหตุผลประกอบบวรรณกรรมที่เกียวข้อง นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้นำบทความของ (Auto\_API\_DITP\_Analytics, 2023)มาใช้ในการกำหนดช่วงเวลาใน Google Trend เพื่อจ้ก้ตขุดข้อมูลให้อยู่ในระหว่างช่วง 1 มกราคม 2561- 31 ธันวาคม 2566



### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัย “ตัวละครสุดสร้างสรรค์ในการตลาด: ศึกษาการออกแบบตัวละครและความสำเร็จของตราสินค้า” (Character Stardom in Marketing: A Study of Character Design and Brand Success) ผู้วิจัยได้มีการดำเนินการวิจัยโดยมีเนื้อหาสาระสำคัญในการดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ตัวละครที่มีชื่อเสียงโด่งดังทั่วโลก

##### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ตัวละครที่มีชื่อเสียงโด่งดังทั่วโลก ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้วิธีกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยหาระดับความเชื่อมั่นที่ 90% และยอมรับความคลาดเคลื่อนได้ที่ 10% (W.G.Cochran, 1953 สอนของพ่อ สถิติในดวงใจ, 2564)

สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง

$$n = \frac{P(1 - P)Z^2}{e^2}$$

เมื่อ n แทนค่า ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

Z แทนค่า ค่าความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่

แทนความเชื่อมั่น 95% ระดับ 0.05

P แทนค่า ค่าประมาณของสัดส่วนของประชากรที่ต้องการจะ

ศึกษา (ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 0.5)

e แทนค่า ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณสัดส่วนของ

ประชากร (ในการวิจัย ครั้งนี้กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 0.05)

แทนค่าในสูตรได้ดังนี้ คือ

$$n = \frac{0.5(1 - 0.5)1.65^2}{0.1^2} = 68.06$$

ดังนั้นจากการคำนวณค่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเท่ากับ 68 ตัวอย่าง แต่ผู้วิจัยได้สำรองไว้อีกจำนวน 32 ตัวอย่าง รวมจำนวนตัวอย่างแต่ละครั้งที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้รวมทั้งสิ้น 100 ตัวอย่าง

### วิธีการสุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ในการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยผู้วิจัยจะเลือกกลุ่มตัวอย่างจากแหล่งที่มา ดังนี้

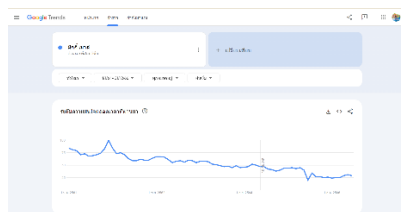
- 1.การจัดอันดับ 100 Best Disney Movies โดย IMDb
- 2.100 อันดับ คาแร็คเตอร์ที่ทรงคุณค่าที่สุดของญี่ปุ่น ประจำปี 2011 ลงตีพิมพ์ในหนังสือ CharaBiz Data 2012
- 3.การจัดอันดับ 40 ตัวละครจาก อะนิเมชันและเกมส์ โดย Goo Ranking
4. การจัดอันดับ 5 อันดับ การ์ตูนยอดฮิต โดย Boomerang
- 5.การจัด 10 อันดับ หนังสือเบอริวีโร่ที่ดีที่สุด โดย [www.จัดอันดับ.com](http://www.จัดอันดับ.com)
- 6.การจัดอันดับ 10 อันดับคาแร็คเตอร์หมีน่ารักที่คนญี่ปุ่นนึกถึง โดย [www.marumura.com](http://www.marumura.com)
- 7.การจัดอันดับ 30 หนังสือลับสุดสนุก แอ็กชันระห่ำ ลุ้นระทึกจนลืมหายใจ โดย [www.condonewb.com](http://www.condonewb.com)
- 8.การจัดอันดับ คาแร็คเตอร์ Animage Magazine 20 อันดับ โดย [www.animageplus.com](http://www.animageplus.com)
- 9.Friend Creators โดย แอปพลิเคชัน Line
- 10.Youtube's Official Chanel ที่มีผู้ติดตาม 1 ล้านคนขึ้นไป
- 11.Tiktok's Official Chanel ที่มีผู้ติดตาม 1 ล้านคนทั่วไป

### การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลแบบทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการเก็บข้อมูล Google Trends (GT) หรือ Search Volume Index (SVI) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่สามารถวิเคราะห์แนวโน้มและระดับความสนใจของผู้ค้นหาหรือเป็นตัวแทนของความนิยมของคน (Proxy) โดยสามารถระบุช่วงเวลาย้อนหลัง ได้ถึงปี พ.ศ. 2547 และสามารถระบุขอบเขตในการค้นหาและหมวดหมู่ อีกทั้ง Search Volume Index (SVI) สามารถระบุค่าความสนใจจากการค้นหาหัวข้อ (Topic) ต่าง ๆ ตั้งแต่ 0 จนถึง 100 โดยระดับที่ 100 หมายถึง ระดับความสนใจสูงสุด ซึ่งสามารถนำข้อมูลการค้นไปใช้งาน ผ่านเว็บไซต์ <http://trends.google.co.th/trends/> และสามารถดาวน์โหลดข้อมูลทันทีโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ

ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำ Google Trends (GT) หรือ Search Volume Index (SVI) มาใช้ในการเก็บข้อมูล โดยกำหนดระยะเวลาแบบรายเดือนตั้งแต่ 01/2018-12/2023 เนื่องจากระยะดังกล่าวเป็นช่วงที่ตลาดค้าปลีกเดอรัลมีการเติบโตขึ้น ถึงแม้ในช่วงเกิดโรคระบาดมีการลดการเติบโตลงเล็กน้อย แต่ก็ยังกลับมาขยายตัวในการเติบโต ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตการค้นหาจากทั่วโลกและตั้งค่าเป็นทุกหมวดหมู่ เพื่อจำกัดข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องในการค้นหา โดยใช้คำค้นหา (Search term) ด้วยชื่อตัวละครที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 100 ตัวอย่างดังนี้ มิกกี้ เม้าส์, โลกิ, เฮลโล คิตตี้, โฮมเจน ชิปส์, แฮร์รี่ พ็อตเตอร์, เฮลลีย์ควิน, ฮารุ สตาร์, เดอะฮัค, ไอรอนแมน, แอปเปิ้ลแจ๊ค, แอนท์แมน, เอลซ่า, อาร์เจ ปีทีทูอัน, อังเคิลโรเจอร์, อาคาแมน, ดัก ดักแดย์, เรมมี แรทเททูลี่, สไปเดอร์แมน, สโนว์ไวท์, สนั่นบี้, สตาร์ลอร์ด, เวนส์เดย์, วู้ดดี้, ไททิ่ง แม็คควิน, เลดี้ ทรามวัยกับไอ้ตูป, แทรมบี้ ทรามวัยกับไอ้ตูป, เลโกชิ ปีศาจ, ลูคัส เดอะสไปเดอร์, ลูซ่า, ลิซ่า เดอะซิมป์สัน, ลาดังกี้ เซร์ค, ร็อคเก็ต แร็คคูน, รាយา รายากับมังกรตัวสุดท้าย, ราพันเซล, ราซินีแดง, รัชเชล uppuซ่าบ้าพลัง, ไมค์ วาซอร์วากี้, พุซ พุซอินนูท, มิสเตอร์ฟินท์บัตเตอร์ โบแจ๊ค ฮอर्सแมน, โบแจ๊ค ฮอर्सแมน, มิสเตอร์ปิ่น, มินนี่ เม้าส์, มาเลพิเซนต์, มาริโอ, มาร์จ เดอะซิมป์สัน, มายเมโลดี้, ฟิงกี้ พาย, ทไวไลท์ สปาร์คเคิล, แพนด้าจู้จี้, แฟลช ซูโทเปีย, ยูจิ ตาโดริ จูจู้, วินนี่-เดอะ-พูห์, ฟิงค์ แพนเตอร์, พิกเล็ต, ฝั้วไร่น้ำ โนเฟส, ปอมปอมปูริน, แพทแมน, บาร์บี้, บาร์ต ซิมป์สัน, บัซ ไลท์เยียร์, บักส์ บันนี่, โนบิ โนบิตะ, นิโม, นิค ไวลด์, นิค ฟูรี, ทาทา ปีทีทูวัน, ทอม ทอมแอนด์เจอร์รี่, โดราเอมอน, โดนัลด์ ดัก, แดฟฟี ดัก, เดดพูล, ดอร์รี่ ผจญภัยดอร์รี่ซีลิม, ซูเปอร์แมน, ซินเดอเรลล่า, ซิมบ้า เดอะไลอ้อนคิงส์, ซินามอโรล, เจมส์ พี. ซัลลิแวน, ซิมมี่ ปีทีทูวัน, มังกี้ ดี. ลูฟี่, โจ๊กเกอร์, แจ็ค สเปร์โรว์, เจอร์รี่ ทอมแอนด์เจอร์รี่, เจมส์ บอนด์, จูดี ฮอปส์, เคน, คู้กกี้ ปีทีทูวัน, คาร์ล เฟรดริกเซน uppuซ่าบ้าพลัง, คลินท์ บาร์ตัน, คาลบี้ เลม, โคย่า ปีทีทูวัน, กินทามะ, การ์ฟิลด์, กัปตัน

อเมริกา, กัปตัน มาร์เวล, ซ้ำคือกรู๊ท, เอเลเว่น สเตรนเจอร์ริงส์, ก๊อตซิลล่า, เอ็มเบอร์ ลูเมน, เวด ริปเปิล หลังจากนั้นดาวน์โหลดข้อมูล Search Volume Index (SVI) ออกมาเป็นไฟล์ .csv เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการศึกษาการวิจัยในครั้งนี้



ภาพประกอบ 20 หน้าเว็บไซต์ Google trend

ที่มา <https://trends.google.co.th/trends/explore?date=2018-01-01%202023-12-31&q=%2Fm%2F057ph&hl=th>

เดือน (Months)	มิกี้ เมาส์(Mickey Mouse)
2018-01	81
2018-02	80
2018-03	79
2018-04	74
2018-05	75
2018-06	70
2018-07	68
2018-08	76
2018-09	77
2018-10	77
2018-11	100
2018-12	87

ภาพประกอบ 21 ตัวอย่างการดาวน์โหลดข้อมูล Search Volume Index (SVI)

ที่มา <https://trends.google.co.th/trends/explore?date=2018-01-01%202023-12-31&q=%2Fm%2F057ph&hl=th>

ข้อมูล Search Volume Index (SVI) มีการคำนวณเพื่อปรับเป็นค่าดัชนีเชิงเปรียบเทียบ ปริมาณการค้นหาภายในกลุ่มที่นำมาเปรียบเทียบ ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกข้อมูล Search Volume Index (SVI) ของตัวละคร มิกี้ เมาส์ (Mickey Mouse) มาเป็นตัวหลักในการเปรียบเทียบกับค่าดัชนีของตัวละครอื่น ๆ เนื่องจาก มิกี้ เมาส์ (Mickey Mouse) เป็นตัวละครที่มีผู้ขอใช้สิทธิในผลงานมากที่สุดในโลกและเป็นตัวละครที่ทุกเพศทุกวัย ชื่นชอบ โดยข้อมูล Search Volume Index (SVI) ของ

มิกกี้ เมาส์ (Mickey Mouse) ตั้งแต่เดือนมกราคม ปี 2018 จนถึง ธันวาคม ปี 2023 ที่จะใช้เป็น  
เกณฑ์หลักสำหรับการคำนวณมีค่า ดังตารางต่อไปนี้

เดือน (Months)	มิกกี้ เมาส์(Mickey Mouse)
2018-01	81
2018-02	80
2018-03	79
2018-04	74
2018-05	75
2018-06	70
2018-07	68
2018-08	76
2018-09	77
2018-10	77
2018-11	100
2018-12	87
2019-01	76
2019-02	77
2019-03	74
2019-04	65
2019-05	61
2019-06	60
2019-07	64
2019-08	61
2019-09	61
2019-10	65
2019-11	65
2019-12	69

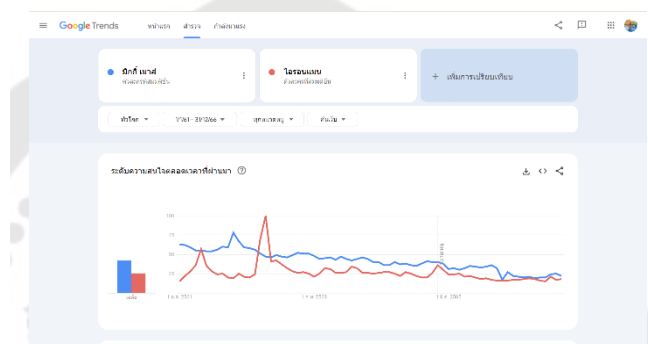
ภาพประกอบ 22 Search Volume Index (SVI) ของมิกกี้ เมาส์ (Mickey Mouse) ตั้งแต่เดือน  
มกราคม ปี 2018 จนถึง ธันวาคม ปี 2023

เดือน (Months)	มิกี้ เมาส์(Mickey Mouse)
2022-01	52
2022-02	49
2022-03	42
2022-04	42
2022-05	39
2022-06	41
2022-07	46
2022-08	45
2022-09	45
2022-10	45
2022-11	46
2022-12	41
2023-01	22
2023-02	34
2023-03	27
2023-04	28
2023-05	25
2023-06	27
2023-07	24
2023-08	25
2023-09	26
2023-10	32
2023-11	32

2023-12	30
---------	----

ภาพประกอบ 23 Search Volume Index (SVI) ของมิกกี้ เมาส์ (Mickey Mouse) ตั้งแต่เดือน มกราคม ปี 2018 จนถึง ธันวาคม ปี 2023

โดยตัวละครที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทุกตัวจะต้องถูกนำมาเปรียบเทียบกับตัวละคร มิกกี้ เมาส์ (Mickey Mouse) ใน Google Trends และดาวน์โหลดข้อมูล Search Volume Index (SVI) แต่เนื่องจาก Google trends สามารถเปรียบเทียบได้สูงสุดเพียง 5 ตัวเท่านั้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำ ค่าดัชนีเชิงเปรียบเทียบของปริมาณการค้นหาระหว่างตัวละคร มิกกี้ เมาส์ (Mickey Mouse) และ ตัวละครทั้ง 99 ตัวไปคำนวณด้วยตนเองโดยวิธีเทียบบัญญัติไตรยางค์เพื่อปรับค่า SVI ให้ถูกต้อง



ภาพประกอบ 24 ตัวอย่างการเปรียบเทียบใน Google Trends ระหว่างตัวละคร มิกกี้ เมาส์ (Mickey Mouse) และไอรอนแมน(Iron man)

ที่มา: <https://trends.google.co.th/trends/explore?date=2018-01-01%202023-12-31&q=%2Fm%2F057ph,%2Fm%2F0hnws&hl=th>

เดือน (Months)	มิกี้ เมาส์(Mickey Mouse)	ไอรอนแมน(Iron man)
2018-01	68	15
2018-02	66	23
2018-03	65	29
2018-04	58	40
2018-05	59	60
2018-06	56	36
2018-07	57	30
2018-08	58	27
2018-09	61	25
2018-10	68	21
2018-11	82	21
2018-12	69	25

ภาพประกอบ 25 ข้อมูลเปรียบเทียบ Search Volume Index (SVI) ระหว่างตัวละคร มิกี้ เมาส์ (Mickey Mouse) และไอรอนแมน(Iron man)





เดือน (Months)	มิกี้ เมาส์(Mickey Mouse)	ข้อมูลการเปรียบเทียบ		Adjust Data		
		มิกี้ เมาส์(Mickey Mouse)	ไอรอนแมน(Iron man)			
2018-01	81	68	15	81/68*15	1.2	17.9
2018-02	80	66	23	80/66*23	1.2	27.9
2018-03	79	65	29	79/65*29	1.2	35.2
2018-04	74	58	40	74/58*40	1.3	51.0
2018-05	75	59	60	75/59*60	1.3	76.3
2018-06	70	56	36	70/56*36	1.3	45.0
2018-07	68	57	30	68/57*30	1.2	35.8
2018-08	76	58	27	76/58*27	1.3	35.4
2018-09	77	61	25	77/61*25	1.3	31.6
2018-10	77	68	21	77/68*21	1.1	23.8
2018-11	100	82	21	100/82*21	1.2	25.6
2018-12	87	69	25	87/69*25	1.3	31.5
2019-01	76	60	22	76/60*22	1.3	27.9
2019-02	77	61	20	77/61*20	1.3	25.2
2019-03	74	58	25	74/58*25	1.3	31.9
2019-04	65	51	71	65/51*71	1.3	90.5
2019-05	61	49	100	61/49*100	1.2	124.5
2019-06	60	48	43	60/48*43	1.3	53.8
2019-07	64	51	45	64/51*45	1.3	56.5
2019-08	61	49	40	61/49*40	1.2	49.8
2019-09	61	49	33	61/49*33	1.2	41.1
2019-10	65	52	30	65/52*30	1.3	37.5
2019-11	65	55	27	65/55*27	1.2	31.9
2019-12	69	55	28	69/55*28	1.3	35.1

ภาพประกอบ 26 ตัวอย่างการแสดงผลการปรับข้อมูล Search Volume Index (SVI)

เมื่อตั้งดัชนีเชิงเปรียบเทียบของปริมาณการค้นหาระหว่างตัวละคร มิกี้ เมาส์ (Mickey Mouse) และไอรอนแมน(Iron man) จากนั้นนำค่าดัชนีไปคำนวณโดยวิธีเทียบบัญญัติไตรยางศ์ เพื่อให้ได้ข้อมูล Search Volume Index (SVI) ของตัวละครนั้น ๆ ที่มีความถูกต้องมากขึ้น ดังรูป

เดือน (Months)	มิกี้ เม้าส์(Mickey Mouse)	ข้อมูลการเปรียบเทียบ		Adjust Data		
		มิกี้ เม้าส์(Mickey Mouse)	ไอรอนแมน(Iron man)			
2020-01	66	54	26	66/54*26	1.2	31.8
2020-02	62	50	23	62/50*23	1.2	28.5
2020-03	57	45	26	57/45*26	1.3	32.9
2020-04	60	47	34	60/47*34	1.3	43.4
2020-05	61	48	32	61/48*32	1.3	40.7
2020-06	58	46	28	58/46*28	1.3	35.3
2020-07	61	49	27	61/49*27	1.2	33.6
2020-08	58	48	28	58/48*28	1.2	33.8
2020-09	56	45	36	56/45*36	1.2	44.8
2020-10	60	47	32	60/47*32	1.3	40.9
2020-11	60	47	29	60/47*29	1.3	37.0
2020-12	58	47	27	58/47*27	1.2	33.3
2021-01	50	42	28	50/42*28	1.2	33.3
2021-02	54	42	27	54/42*27	1.3	34.7
2021-03	48	40	28	48/40*28	1.2	33.6
2021-04	48	38	27	48/38*27	1.3	34.1
2021-05	50	39	25	50/39*25	1.3	32.1
2021-06	47	37	24	47/37*24	1.3	30.5
2021-07	49	40	28	49/40*28	1.2	34.3
2021-08	47	37	25	47/37*25	1.3	31.8
2021-09	46	38	24	46/38*24	1.2	29.1
2021-10	49	38	21	49/38*21	1.3	27.1
2021-11	53	43	21	53/43*21	1.2	25.9
2021-12	50	41	27	50/41*27	1.2	32.9

ภาพประกอบ 27 ตัวอย่างการแสดงผลการปรับข้อมูล Search Volume Index (SVI)

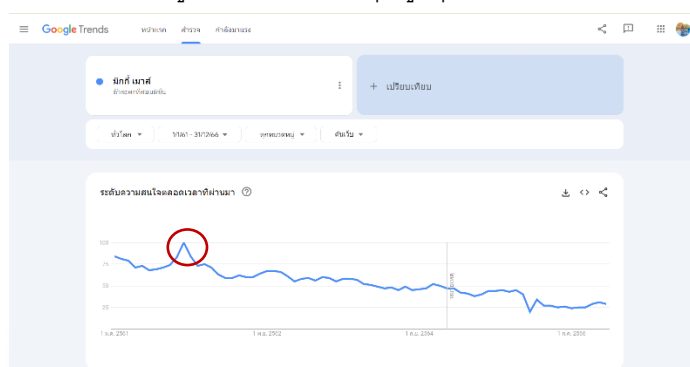
เดือน (Months)	มิกี้ เมาส์(Mickey Mouse)	ข้อมูลการเปรียบเทียบ		Adjust Data		
		มิกี้ เมาส์(Mickey Mouse)	ไอรอนแมน(Iron man)			
2022-01	52	39	37	52/39*37	1.3	49.3
2022-02	49	39	31	49/39*31	1.3	38.9
2022-03	42	34	24	42/34*24	1.2	29.6
2022-04	42	33	26	42/33*26	1.3	33.1
2022-05	39	31	27	39/31*27	1.3	34.0
2022-06	41	33	23	41/33*23	1.2	28.6
2022-07	46	36	23	46/36*23	1.3	29.4
2022-08	45	36	21	45/36*21	1.3	26.3
2022-09	45	37	19	45/37*19	1.2	23.1
2022-10	45	35	19	45/35*19	1.3	24.4
2022-11	46	37	18	46/37*18	1.2	22.4
2022-12	41	33	17	41/33*17	1.2	21.1
2023-01	22	16	17	22/16*17	1.4	23.4
2023-02	34	28	16	34/28*16	1.2	19.4
2023-03	27	22	17	27/22*17	1.2	20.9
2023-04	28	22	18	28/22*18	1.3	22.9
2023-05	25	20	19	25/20*19	1.3	23.8
2023-06	27	21	19	27/21*19	1.3	24.4
2023-07	24	19	18	24/19*18	1.3	22.7
2023-08	25	21	16	25/21*16	1.2	19.0
2023-09	26	21	15	26/21*15	1.2	18.6
2023-10	32	24	22	32/24*22	1.3	29.3
2023-11	32	25	19	32/25*19	1.3	24.3
2023-12	30	23	19	30/23*19	1.3	24.8

ภาพประกอบ 28 ตัวอย่างการแสดงการปรับข้อมูล Search Volume Index (SVI)

ซึ่งจากข้อมูลดัชนีตามตารางตัวอย่างทำให้ทราบถึงระดับความสนใจของผู้คนในช่วงระยะเวลานั้น ๆ ในการค้นหาตัวละครทั้ง 2 ตัว โดยค่าความสนใจตัวละคร มิกี้ เมาส์ (Mickey Mouse) มีระดับสูงสุดที่ 100 และเมื่อนำค่าดัชนีมาเปรียบเทียบกับกัน หากตัวละครในกลุ่มตัวอย่างมีค่ามากกว่า 100 หมายความว่า ในช่วงระยะเวลานั้น ตัวละครนั้นได้รับความสนใจและความนิยมมากกว่า มิกี้ เมาส์ (Mickey Mouse) แต่ในตัวอย่างช่วงเดือน พฤศจิกายน 2018 ตัวละคร มิกี้ เมาส์ (Mickey Mouse) มีค่าสูงสุดที่ 100 แต่ตัวละครไอรอนแมน(Iron man)ในช่วงเดือนและปี

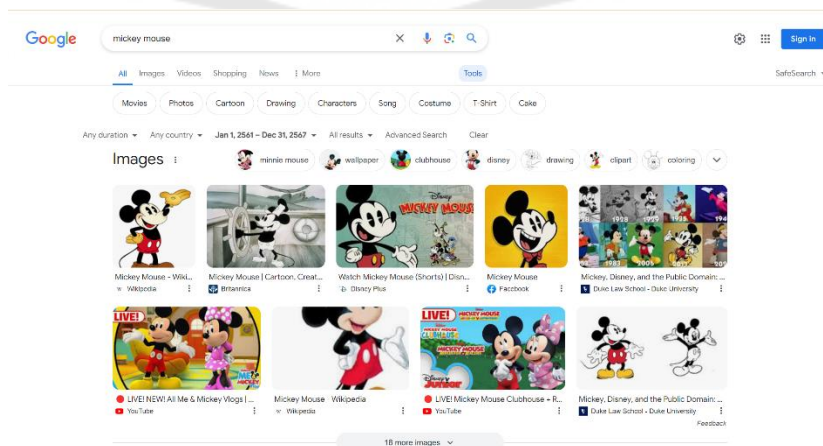
เดียวกันนั้นมีค่าเพียง 25.6 จึงสรุปได้ว่าตัวละครตัวละคร มิกกี้ เมาส์ (Mickey Mouse) ก็ยังมีความนิยมมากกว่า ซึ่งข้อมูลชุดนี้ผู้วิจัยจะนำไปทำการทดสอบเพื่อหาสาเหตุถัดไป

ในดัชนีปริมาณการค้นหาของแต่ละตัวละครได้ถูกระบุและวิเคราะห์เพื่อหาเหตุการณ์ที่เป็นตัวขับเคลื่อนความสนใจของผู้ชม ซึ่งเรียกว่า “จุดสูงสุด (Peaks)”



ภาพประกอบ 29 จุดสูงสุด(Peak)

โดยเหตุการณ์เหล่านี้ถูกแบ่งออกเป็น 10 กลุ่ม ได้แก่ การโฆษณา (Advertisement) ข่าวบล็อก (Blog News) การร่วมมือกัน (Collaboration) กิจกรรมพิเศษ (Event) การเปิดตัวเกม (Game Release) คำพ้องรูป (Homograph) การเปิดตัวภาพยนตร์ (Movie Release) การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Launch) ซีรีส์ที่ออกอากาศ (Series on Air) และกระแสโซเชียลมีเดีย (Social Media Trending) กระบวนการจัดหมวดหมู่เหตุการณ์เหล่านี้เกี่ยวข้องกับการผสมผสานระหว่างการให้รหัสด้วยมือ (manual coding) และการตรวจสอบโดยใช้ผลการค้นหาใน Google สำหรับช่วงเวลาที่เกี่ยวข้อง



ภาพประกอบ 30 การค้นหาสาเหตุจุดพีคของตัวละคร

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาในครั้งนี้จะทำการทดสอบด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Model) เพื่อศึกษาว่าคุณลักษณะ (Feature) ความน่ารัก (Kindchenschema), การรวมตัวของสิ่งมีชีวิตและไม่มีชีวิต (Creature Fusion) และภาพเคลื่อนไหว (Animation) ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ส่งผลต่อข้อมูล Search Volume Index (SVI) ของตัวละครในกลุ่มตัวอย่างหรือไม่ โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545)

$$\hat{y} = \beta_0 + \beta_1 x_{1t} + \beta_2 x_{2t} + \dots + \beta_n x_{nt}$$

โดย  $i = 1, 2, \dots, n$

$\hat{y}$  แทน คะแนนพยากรณ์ของตัวแปรเกณฑ์ (ตัวแปรตาม) ในรูปคะแนนดิบ

$\beta_0$  แทน ค่าคงที่ (Constant) ของสมการการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$N$  แทน จำนวนพยากรณ์ตัวแปรอิสระ

$\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_n$  แทน ค่าน้ำหนักคะแนนหรือสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ตัวที่ 2 ถึงตัวที่  $n$  ตามลำดับในรูปคะแนนดิบ

$X_1, X_2, \dots, X_n$  แทน คะแนนของตัวพยากรณ์ตัวที่ 2 ถึงตัวที่  $k$  ตามลำดับในรูปคะแนนดิบ

$T$  แทนค่า คาบเวลาที่เก็บข้อมูล (เดือน)

## บทที่ 4 ผลการศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อต่าง ๆ ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

SE	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์
B	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ ซึ่งพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
Y	แทน	สมการพยากรณ์อิทธิพลต่อการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคทั่วโลกในรูปคะแนนดิบ
$\beta$	แทน	สัมประสิทธิ์ความถดถอยมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติ t สำหรับทดสอบความมีนัยสำคัญของค่าคงที่และสัมประสิทธิ์แต่ละตัวในสมการ
p-value	แทน	ค่าระดับนัยสำคัญ
H0	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H1	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
Sig	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติในการทดสอบสมมติฐาน
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย โดยการแบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ
- ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อ ทดสอบสมมติฐาน ดังต่อไปนี้

**สมมติฐานที่ 1** คุณลักษณะของตัวละครได้แก่ Baby face, Creature fusion, Animation,เหตุการณ์ของการค้นหาตัวละคร ได้แก่ Movie Release, Advertisement, Blog News, Collaboration ,Event, Game Release, Homograph, New Product, Series on Air, Social Media Trending และระยะเวลา (Time Elapsed)มีอิทธิพลต่อการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคทั่วโลก

สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

$H_0$  : คุณลักษณะของตัวละครได้แก่ Baby face, Creature fusion, Animation,สาเหตุของการค้นหาตัวละคร ได้แก่ Movie Release, Advertisement, Blog News, Collaboration ,Event, Game Release, Homograph, New Product, Series on Air, Social Media Trending และระยะเวลา (Time Elapsed) ไม่มีอิทธิพลต่อการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคทั่วโลก

$H_1$  : คุณลักษณะของตัวละครได้แก่ Baby face, Creature fusion, Animation,เหตุการณ์ของการค้นหาตัวละคร ได้แก่ Movie Release, Advertisement, Blog News, Collaboration ,Event, Game Release, Homograph, New Product, Series on Air, Social Media Trending และระยะเวลา (Time Elapsed) มีอิทธิพลต่อการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคทั่วโลก

สำหรับสถิติที่นำมาใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งเป็นสมการถดถอยเชิงซ้อนในรูปแบบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง โดยใช้วิธีการเลือกตัวแปรอิสระเข้าสมการถดถอยด้วยวิธี Enter ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณในรูปแบบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง สามารถคำนวณหาสัมประสิทธิ์สหพันธ์พหุคูณ ได้ดังนี้ โดยกำหนดตัวแปร ดังนี้

$X_1$	= Baby face
$X_2$	= Creature fusion
$X_3$	= Animation
$X_4$	= Movie Release
$X_5$	= Advertisement
$X_6$	= Blog News
$X_7$	= Collaboration

$X_8$	= Event
$X_9$	= Game Release
$X_{10}$	= Homograph
$X_{11}$	= New Product
$X_{12}$	= Series on Air
$X_{13}$	= Social Media Trending
$X_{14}$	= Month





ตาราง 1 แสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลต่อการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคทั่วโลก โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ในรูปแบบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงด้วยวิธี Enter

Variable	B	SE	$\beta$	t	p-value
(Intercept)	0.069	0.026	-	2.689	0.007
isBabyface (X <sub>1</sub> )	-0.033	0.040	-0.018	-0.819	0.413
isAnimation(X <sub>2</sub> )	0.017	0.044	0.009	0.397	0.691
Advertisement(X <sub>3</sub> )	-1.158	0.493	-0.032	-2.350*	0.019
Blog News(X <sub>4</sub> )	0.642	0.180	0.060	3.563*	0.000
Collaboration(X <sub>5</sub> )	0.608	0.222	0.040	2.741*	0.006
Event(X <sub>6</sub> )	0.744	0.156	0.155	4.774*	0.000
Game Release(X <sub>7</sub> )	0.380	0.282	0.020	1.347	0.178
Homograph(X <sub>8</sub> )	0.441	0.851	0.007	0.519	0.604
Movie Release(X <sub>9</sub> )	1.345	0.187	0.149	7.188*	0.000
New Product(X <sub>10</sub> )	0.335	0.207	0.023	1.620	0.105
Series on Air(X <sub>11</sub> )	0.526	0.211	0.045	2.497*	0.013
Social Media Trending(X <sub>12</sub> )	0.079	0.140	0.011	0.566	0.572
Time Elapsed (X <sub>13</sub> )	-0.003	0.001	-0.076	-5.596*	0.000

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์แสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลต่อการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคทั่วโลก พบว่าปัจจัยสาเหตุของการค้นหาตัวละคร (Drivers of Search Popularity) มีอิทธิพลต่อการดึงดูดความสนใจ ได้แก่ Advertisement(X<sub>3</sub>), Blog News(X<sub>4</sub>), Collaboration(X<sub>5</sub>), Event(X<sub>6</sub>), Movie Release(X<sub>9</sub>), Series on Air(X<sub>11</sub>), Time Elapsed (X<sub>13</sub>) เป็นตัวแปรที่สามารถทำนายอิทธิพลต่อการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคทั่วโลกใน ซึ่งสามารถทำนายได้ร้อยละ 28

และสามารถเขียนเป็นสมการทำนายอิทธิพลต่อการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคทั่วโลก โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรที่มีอิทธิพลที่เป็นคะแนนดิบ ดังนี้

$$Y = 0.069 + 1.345 X_9 - 1.158 X_3 + 0.744 X_6 + 0.642 X_4 + 0.608 X_5 + 0.526 X_{11} - 0.003 X_{13}$$

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (B) ดังนี้

หากอิทธิพลต่อการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค มีค่าคงที่ทุกด้าน เมื่อผู้บริโภค

ให้ความคิดเห็น เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้ตัวแปรเหตุการณ์ของการค้นหาตัวละคร เพิ่มขึ้น 0.069 หน่วย

ปัจจัยสาเหตุของการค้นหาตัวละคร (Drivers of Search Populity) ในด้าน Advertisement ( $X_3$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย เท่ากับ 1.158 หมายความว่า ตัวละครมีส่วนร่วมใน Advertisement เพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีอิทธิพลต่อการดึงดูดความสนใจลดลง 1.158

ปัจจัยสาเหตุของการค้นหาตัวละคร (Drivers of Search Populity) ในด้าน Blog News ( $X_4$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย เท่ากับ 0.642 หมายความว่า ตัวละครมีส่วนร่วมใน Blog News เพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีอิทธิพลต่อการดึงดูดความสนใจเพิ่มขึ้น 0.642

ปัจจัยสาเหตุของการค้นหาตัวละคร (Drivers of Search Populity) ในด้าน Collaboration ( $X_5$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย เท่ากับ 0.608 หมายความว่า ตัวละครมีส่วนร่วมใน Blog News เพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีอิทธิพลต่อการดึงดูดความสนใจเพิ่มขึ้น 0.608

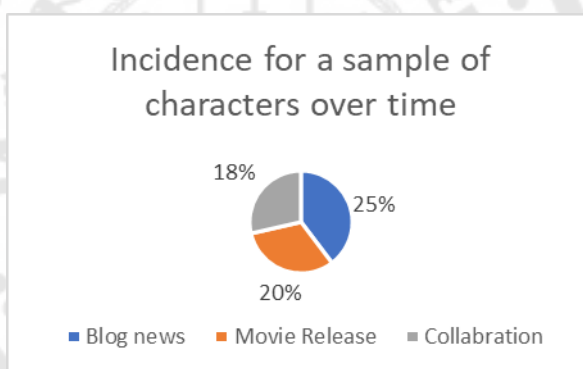
ปัจจัยสาเหตุของการค้นหาตัวละคร (Drivers of Search Populity) ในด้าน Event ( $X_6$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย เท่ากับ 0.608 หมายความว่า ตัวละครมีส่วนร่วมใน Event เพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีอิทธิพลต่อการดึงดูดความสนใจเพิ่มขึ้น 0.744

ปัจจัยสาเหตุของการค้นหาตัวละคร (Drivers of Search Populity) ในด้าน Movie Release ( $X_9$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย เท่ากับ 1.345 หมายความว่า ตัวละครมีส่วนร่วมใน Movie Release เพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีอิทธิพลต่อการดึงดูดความสนใจเพิ่มขึ้น 1.345

ปัจจัยสาเหตุของการค้นหาตัวละคร (Drivers of Search Populity) ในด้าน Series on Air ( $X_{11}$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย เท่ากับ 0.079 หมายความว่า ตัวละครมีส่วนร่วมใน Series on Air เพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีอิทธิพลต่อการดึงดูดความสนใจเพิ่มขึ้น 0.079

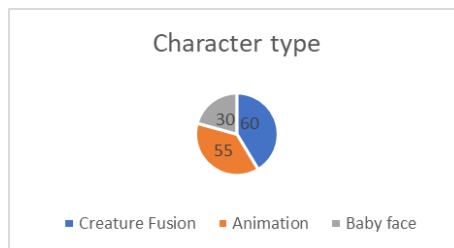
ปัจจัยระยะเวลา (Time Elapsed) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย เท่ากับ 0.003 หมายความว่า ปัจจัยระยะเวลา (Time Elapsed) ( $X_{13}$ ) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีอิทธิพลต่อการดึงดูดความสนใจลดลง 0.003

เมื่อพิจารณาหมวดหมู่สาเหตุการค้นหาตัวละคร(Drivers of Search Populity) จะเห็นได้ว่าข่าวบล็อก(Blog News)เป็นประเภทที่พบบ่อยที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 25 ของเหตุการณ์ทั้งหมดในกลุ่มตัวอย่าง รองลงมาคือการเปิดตัวภาพยนตร์(Movies Release)ร้อยละ 20และความร่วมมือ(Collaboration)ร้อยละ 18 ข้อมูลนี้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของช่องทางข่าวออนไลน์ สื่อบันเทิง(Social Media Trending) และการร่วมมือกับแบรนด์อื่น ๆ ในการสร้างการรับรู้และความสนใจในตัวละคร ในทางกลับกัน หมวดหมู่ที่พบน้อยที่สุด ได้แก่ คำพ้องความหมาย(Homograph)ร้อยละ 2 และการเปิดตัวเกม(Game Release)ร้อยละ 3 ซึ่งอาจสะท้อนถึงโอกาสที่จำกัดหรือความท้าทายในการใช้ประโยชน์จากช่องทางเหล่านี้เพื่อส่งเสริมตัวละคร



ภาพประกอบ 31 สาเหตุของการค้นหาตัวละคร(Drivers of Search Populity)

ในส่วนของคุณลักษณะการออกแบบตัวละคร ข้อมูลเผยให้เห็นว่าตัวละครที่เป็นสัตว์(Creature Fusion)มีความแพร่หลายมากที่สุด โดยพบในสัดส่วน 60% ของตัวละครในกลุ่มตัวอย่าง ตามมาด้วยตัวละครภาพเคลื่อนไหว(Animation)ที่ 55% ในขณะที่ตัวละครที่มีองค์ประกอบใบหน้าเด็ก(Baby Face)พบน้อยกว่า โดยอยู่ที่ 30% ตัวเลขเหล่านี้ให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับแนวโน้มและความชอบของผู้บริโภคในด้านการออกแบบตัวละคร รวมถึงความสำคัญของตัวละครสัตว์และภาพเคลื่อนไหวในการดึงดูดความสนใจและสร้างความผูกพันกับผู้ชม



ภาพประกอบ 32 คุณลักษณะการออกแบบตัวละคร

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในตารางที่ 2 เปิดเผยอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญของการเปิดตัวภาพยนตร์ (Movies Release) ( $\beta = 0.149$ ,  $p < 0.0001$ ), ข่าวบล็อก (Blog News) ( $\beta = 0.060$ ,  $p < 0.0001$ ) และความร่วมมือ (Collaboration) ( $\beta = 0.040$ ,  $p < 0.001$ ) ต่อดัชนีปริมาณการค้นหาที่ปรับให้เป็นมาตรฐานแล้ว ผลลัพธ์เหล่านี้เน้นย้ำถึงบทบาทสำคัญของกิจกรรมทางการตลาดที่เฉพาะเจาะจงในการเพิ่มการรับรู้และความนิยมของตัวละคร

ค่าสัมประสิทธิ์ ( $\beta$ ) บ่งบอกถึงระดับและทิศทางของผลกระทบที่เหตุการณ์แต่ละประเภทมีต่อความสำเร็จของตัวละคร โดยการเปิดตัวภาพยนตร์ (Movies Release) มีอิทธิพลสูงสุด ตามมาด้วยข่าวบล็อก (Blog News) และความร่วมมือ (Collaboration) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมในสื่อบันเทิง การปรากฏตัวในกระแสข่าวออนไลน์ และความร่วมมือ (Collaboration) เชิงกลยุทธ์เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความนิยมให้ตัวละคร

ในทางตรงกันข้าม คุณลักษณะการออกแบบตัวละครบางอย่าง เช่น องค์ประกอบใบหน้าเด็ก (Baby Face) ( $\beta = -0.018$ ,  $p > 0.05$ ) และภาพเคลื่อนไหว (Animation) ( $\beta = 0.009$ ,  $p > 0.05$ ) ไม่แสดงผลกระทบที่มีนัยสำคัญต่อความสนใจของผู้ชม สิ่งนี้ชี้ให้เห็นว่าแม้การออกแบบตัวละครจะมีความสำคัญ แต่อาจมีอิทธิพลจำกัดต่อความสำเร็จโดยรวมเมื่อเทียบกับกิจกรรมทางการตลาด อย่างไรก็ตาม จำเป็นต้องมีการวิจัยเพิ่มเติมเพื่อทำความเข้าใจปฏิสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะการออกแบบและกลยุทธ์การตลาดที่ซับซ้อนยิ่งขึ้น

แบบจำลองการถดถอยสามารถอธิบายความแปรปรวน 28% ในดัชนีปริมาณการค้นหาที่ปรับให้เป็นมาตรฐาน ( $R^2 = 0.28$ ) ซึ่งบ่งชี้ว่าหมวดหมู่เหตุการณ์และคุณลักษณะการออกแบบที่เลือกไว้ครอบคลุมส่วนสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของตัวละคร อย่างไรก็ตาม ยังคงมีความแปรปรวนจำนวนมากที่ยังไม่ได้รับการอธิบาย ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความซับซ้อนของปรากฏการณ์นี้และความจำเป็นในการตรวจสอบตัวแปรเพิ่มเติมในการศึกษาในอนาคต

นอกจากนี้ แบบจำลองยังผ่านเกณฑ์การทดสอบสมมติฐานของการวิเคราะห์การถดถอย โดยมีค่า F-statistic ที่มีนัยสำคัญ ( $F(13, 7186) = 212.4$ ,  $p < 0.0001$ ) ซึ่งยืนยันความเหมาะสม

ของแบบจำลองโดยรวม และไม่พบหลักฐานของปัญหา multicollinearity ( $VIF < 2$ ), heteroscedasticity (Breusch-Pagan test,  $p > 0.05$ ) หรือ autocorrelation (Durbin-Watson test,  $d = 1.98$ ) ซึ่งเสริมความเชื่อมั่นในความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของผลการวิเคราะห์

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ตัวละครสุดสร้างสรรค์ในการตลาด:ศึกษาการออกแบบตัวละครและความสำเร็จของตราสินค้าผู้วิจัยนำผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยมีประเด็นสำคัญมาสรุปผลอภิปรายและมีข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย ดังนี้

#### ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่มีตัวละครหรือมาสคอตประจำแบรนด์อยู่แล้วนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงตัวละครให้เหมาะสมและสร้างสรรค์ให้เหมาะกับทุกกลุ่มผู้บริโภค

2. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการจะออกแบบตัวละครหรือผู้ที่สนใจในธุรกิจออกแบบตัวละคร ใช้เป็นแนวทางในการนำไปประยุกต์ใช้เพื่อเป็นการเพิ่มการสื่อสารทางการตลาดและดึงดูดความสนใจให้กับผู้พบเห็นหรือผู้บริโภค

3. เพื่อเป็นประโยชน์ด้านวิชาการและเป็นแนวทางในการศึกษาแก่ผู้ที่ต้องการจะศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบตัวละครหรือมาสคอตเพื่อเป็นตัวละครประจำแบรนด์นั้นและการเชื่อมโยงบุคคลที่มีชื่อเสียงไปใช้ในการค้นคว้าและอ้างอิงต่อไป

#### สมมติฐานในการวิจัย

ผลการวิเคราะห์สมมติฐานข้อที่ 1 คุณลักษณะของตัวละคร ได้แก่ Baby face, Creature fusion และ Animation, สาเหตุของการค้นหาตัวละคร ได้แก่ Movie Release, Advertisement, Blog News, Collaboration, Event, Game Release, Homograph, New Product, Series on Air และ Social Media Trending และระยะเวลา (Time Elapsed) มีอิทธิพลต่อการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคทั่วโลก

## สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษาค้นคว้าเรื่อง “ตัวละครสุดสร้างสรรค์ในการตลาด: ศึกษาการออกแบบตัวละครและความสำเร็จของตราสินค้า” โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นตัวละครจำนวน 100 ตัว สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

### ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

เมื่อพิจารณาหมวดหมู่สาเหตุการค้นหาตัวละคร(Drivers of Search Populity) จะเห็นได้ว่าข่าวบล็อก(Blog News)เป็นประเภทที่พบบ่อยที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 25 ของเหตุการณ์ทั้งหมดในกลุ่มตัวอย่าง รองลงมาคือการเปิดตัวภาพยนตร์(Movies Release)ร้อยละ 20และความร่วมมือ(Collaboration)ร้อยละ 18 ข้อมูลนี้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของช่องทางข่าวออนไลน์ สื่อบันเทิง(Social Media Trending) และการร่วมมือกับแบรนด์อื่น ๆ ในการสร้างการรับรู้และความสนใจในตัวละคร ในทางกลับกัน หมวดหมู่ที่พบน้อยที่สุด ได้แก่ คำพ้องความหมาย(Homograph)ร้อยละ 2 และการเปิดตัวเกม(Game Release)ร้อยละ 3 ซึ่งอาจสะท้อนถึงโอกาสที่จำกัดหรือความท้าทายในการใช้ประโยชน์จากช่องทางเหล่านี้เพื่อส่งเสริมตัวละคร

ในส่วนของคุณลักษณะการออกแบบตัวละคร ข้อมูลเผยให้เห็นว่าตัวละครที่เป็นสัตว์(Creature Fusion)มีความแพร่หลายมากที่สุด โดยพบในสัดส่วน 60% ของตัวละครในกลุ่มตัวอย่าง ตามมาด้วยตัวละครภาพเคลื่อนไหว(Animation)ที่ 55% ในขณะที่ตัวละครที่มีองค์ประกอบใบหน้าเด็ก(Baby Face)พบน้อยกว่า โดยอยู่ที่ 30% ตัวเลขเหล่านี้ให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับแนวโน้มและความชอบของผู้บริโภคในด้านการออกแบบตัวละคร รวมถึงความสำคัญของตัวละครสัตว์และภาพเคลื่อนไหวในการดึงดูดความสนใจและสร้างความผูกพันกับผู้ชม

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในตารางที่ 2 เปิดเผยอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญของการเปิดตัวภาพยนตร์(Movies Release) ( $\beta = 0.149, p < 0.0001$ ), ข่าวบล็อก(Blog News) ( $\beta = 0.060, p < 0.0001$ ) และความร่วมมือ(Collaboration) ( $\beta = 0.040, p < 0.001$ ) ต่อดัชนีปริมาณการค้นหาที่ปรับให้เป็นมาตรฐานแล้ว ผลลัพธ์เหล่านี้เน้นย้ำถึงบทบาทสำคัญของกิจกรรมทางการตลาดที่เฉพาะเจาะจงในการเพิ่มการรับรู้และความนิยมของตัวละคร

ค่าสัมประสิทธิ์ ( $\beta$ ) บ่งบอกถึงระดับและทิศทางของผลกระทบที่เหตุการณ์แต่ละประเภทมีต่อความสำเร็จของตัวละคร โดยการเปิดตัวภาพยนตร์(Movies Release)มีอิทธิพลสูงสุด ตามมาด้วยข่าวบล็อก(Blog News)และความร่วมมือ(Collaboration) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมใน

สื่อบันเทิง การปรากฏตัวในกระแสข่าวออนไลน์ และความร่วมมือ (Collaboration)เชิงกลยุทธ์เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความนิยมให้ตัวละคร

ในทางตรงกันข้าม คุณลักษณะการออกแบบตัวละครบางอย่าง เช่น องค์ประกอบใบหน้าเด็ก (Baby Face) ( $\beta = -0.018, p > 0.05$ ) และภาพเคลื่อนไหว (Animation) ( $\beta = 0.009, p > 0.05$ ) ไม่แสดงผลกระทบที่มีนัยสำคัญต่อความสนใจของผู้ชม สิ่งนี้ชี้ให้เห็นว่าแม้การออกแบบตัวละครจะมีความสำคัญ แต่อาจมีอิทธิพลจำกัดต่อความสำเร็จโดยรวมเมื่อเทียบกับกิจกรรมทางการตลาด อย่างไรก็ตาม จำเป็นต้องมีการวิจัยเพิ่มเติมเพื่อทำความเข้าใจปฏิสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะการออกแบบและกลยุทธ์การตลาดที่ซับซ้อนยิ่งขึ้น

แบบจำลองการถดถอยสามารถอธิบายความแปรปรวน 28% ในดัชนีปริมาณการค้นหาที่ปรับให้เป็นมาตรฐาน ( $R^2 = 0.28$ ) ซึ่งบ่งชี้ว่าหมวดหมู่เหตุการณ์และคุณลักษณะการออกแบบที่เลือกไว้ครอบคลุมส่วนสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของตัวละคร อย่างไรก็ตาม ยังคงมีความแปรปรวนจำนวนมากที่ยังไม่ได้รับการอธิบาย ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความซับซ้อนของปรากฏการณ์นี้และความจำเป็นในการตรวจสอบตัวแปรเพิ่มเติมในการศึกษาในอนาคต

นอกจากนี้ แบบจำลองยังผ่านเกณฑ์การทดสอบสมมติฐานของการวิเคราะห์การถดถอย โดยมีค่า F-statistic ที่มีนัยสำคัญ ( $F(13, 7186) = 212.4, p < 0.0001$ ) ซึ่งยืนยันความเหมาะสมของแบบจำลองโดยรวม และไม่พบหลักฐานของปัญหา multicollinearity ( $VIF < 2$ ), heteroscedasticity (Breusch-Pagan test,  $p > 0.05$ ) หรือ autocorrelation (Durbin-Watson test,  $d = 1.98$ ) ซึ่งเสริมความเชื่อมั่นในความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของผลการวิเคราะห์

## ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์สมมติฐานข้อที่ 1 คุณลักษณะของตัวละคร ได้แก่ Baby face, Creature fusion และ Animation, สาเหตุของการค้นหาตัวละคร ได้แก่ Movie Release, Advertisement, Blog News, Collaboration, Event, Game Release, Homograph, New Product, Series on Air และ Social Media Trending และระยะเวลา (Time Elapsed) มีอิทธิพลต่อการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคทั่วโลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคทั่วโลก ได้แก่ การโฆษณา (Advertisement), ข่าวบล็อก (Blog News), การร่วมมือ (Collaboration), การเปิดตัวภาพยนตร์ (Movie Release), ซีรีส์ที่ออกอากาศ (Series on Air), ระยะเวลา (Time Elapsed)

อิทธิพลของเหตุการณ์ทางการตลาด ผลการวิจัยเน้นย้ำถึงความสำคัญของการเปิดตัวภาพยนตร์ (Movie Release) ข่าวบล็อก (Blog News) การทำงานร่วมกัน (Collaboration) การโฆษณา (Advertisement) กิจกรรมพิเศษ (Event) และการออกอากาศซีรีส์ (Series on Air) ในการสร้างการมีส่วนร่วมและความสนใจของผู้ชม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Karniouchina & V., 2011a) ที่พบว่าการเปิดตัวภาพยนตร์ (Movie Release) และกระแสข่าวเกี่ยวกับภาพยนตร์สามารถเพิ่มการรับรู้แบรนด์และยอดขายได้อย่างมาก ในขณะที่ (Xiong, 2014) เน้นย้ำถึงบทบาทของกระแสออนไลน์ในการกำหนดพฤติกรรมผู้บริโภคและพลวัตของตลาด นอกจากนี้ (Gammoh, 2006) ยังพบว่าการร่วมมือกับแบรนด์อื่น (Collaboration) สามารถเสริมสร้างประสิทธิภาพแบรนด์และการรับรู้ของผู้บริโภคได้อีกด้วย นอกจากนี้การโฆษณา (Advertisement) กิจกรรมพิเศษ (Event) และซีรีส์ที่ออกอากาศ (Series on Air) ก็เป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดกระแสและความสนใจในตัวละครได้เช่นกัน โดยงานวิจัยของ Buil และคณะ (2013) พบว่าการโฆษณาและการส่งเสริมการขายมีบทบาทสำคัญในการสร้างคุณค่าตราสินค้า ในขณะที่ (Mazodier, 2012) แสดงให้เห็นถึงผลกระทบเชิงบวกของการเป็นสปอนเซอร์กิจกรรม (Event Sponsorship) ที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภค นอกจากนี้ การศึกษาของ Russell และ Stern (2006) ยังชี้ให้เห็นว่าการปรากฏตัวของตัวละครในซีรีส์ทางโทรทัศน์ (Series on Air) สามารถส่งผลกระทบต่อ การรับรู้และความชื่นชอบในตัวละครของผู้ชมได้อย่างมีนัยสำคัญ

ผลของการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าความสำเร็จของตัวละครนั้นถูกกำหนดโดยบริบททางการตลาดในวงกว้าง นักการตลาดสามารถใช้ประโยชน์จากความตื่นตัวของผู้คนและกระแสที่เกิดขึ้นรอบๆ เช่น การเปิดตัวภาพยนตร์ (Movie Release) การร่วมมือเชิงกลยุทธ์ (Collaboration) กิจกรรมการโฆษณา (Advertisement) กิจกรรมพิเศษ (Event) หรือซีรีส์ที่ออกอากาศ (Series on Air) เพื่อเพิ่มการรับรู้ ความชอบ และการมีส่วนร่วมของตัวละครได้อย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (K. L. Keller, 2013) ที่กล่าวว่า การสร้างคุณค่าตราสินค้าที่แข็งแกร่งนั้นต้องอาศัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่เชื่อมโยงแบรนด์เข้ากับความคิด ความรู้สึก และประสบการณ์ของผู้บริโภค

งานวิจัยยังชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการบอกต่อแบบปากต่อปากออนไลน์ผ่านข่าวบล็อก (Blog News) และโซเชียลมีเดียในการกำหนดการรับรู้และความสนใจที่มีต่อตัวละคร สอดคล้องกับผลการศึกษาของ (Onishi, 2012) ที่ระบุว่าผู้บริโภคในปัจจุบันพึ่งพาแหล่งข้อมูลออนไลน์มากขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้น นักการตลาดจึงควรติดตามและจัดการเรื่องราวออนไลน์เกี่ยวกับตัว



ละครอย่างแข็งขัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (Kaplan, 2010) ที่เน้นย้ำถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมและการจัดการเนื้อหาบนโซเชียลมีเดีย

อีกประเด็นที่น่าสนใจคือ ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าตัวแปร "ระยะเวลา (Time Elapsed)" ซึ่งแสดงถึงระยะเวลาที่ผ่านไปในแต่ละเดือนตลอดช่วงที่ทำการศึกษา มีความสัมพันธ์เชิงลบกับดัชนีปริมาณการค้นหาของตัวละคร ( $\beta = -0.003, p < 0.0001$ ) ข้อค้นพบนี้บ่งชี้ว่ายิ่งเวลาผ่านไป ความสนใจในตัวละครมีแนวโน้มที่จะลดลงเล็กน้อยหากไม่มีกิจกรรมทางการตลาดหรือเหตุการณ์ที่กระตุ้นความสนใจ ปรากฏการณ์นี้สอดคล้องกับแนวคิดวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) ที่กล่าวถึงการเสื่อมถอยของความนิยมหลังจากช่วงเวลาหนึ่ง (Levitt, 1965) ดังนั้น จึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับนักการตลาดที่จะต้องรักษาความสดใหม่และความเกี่ยวข้องของตัวละครอย่างต่อเนื่องผ่านความพยายามทางการตลาดและการสร้างสรรค์เนื้อหา เพื่อรักษาระดับความสนใจและความผูกพันของผู้ชมไว้ตลอดเวลา สอดคล้องกับข้อเสนอแนะของ (Philip Kotler and Gary Armstrong, 2018) ที่เน้นความสำคัญของการปรับกลยุทธ์การตลาดให้เข้ากับแต่ละขั้นตอนของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์

ในทางกลับกัน ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าคุณลักษณะการออกแบบตัวละคร เช่น ใบหน้าเด็กและภาพเคลื่อนไหว มีอิทธิพลค่อนข้างจำกัดต่อความสนใจของผู้ชม ข้อค้นพบนี้ท้าทายความเชื่อดั้งเดิมที่ว่าองค์ประกอบการออกแบบเหล่านี้เป็นตัวขับเคลื่อนหลักของความสำเร็จ (Chang, 2011) แม้ว่าอาจดูขัดแย้ง แต่ผลลัพธ์ที่ได้บ่งชี้ว่าความสำเร็จของตัวละครนั้นซับซ้อนกว่าแค่การสร้างตัวละครที่น่ารักหรือดึงดูดสายตา แต่ยังขึ้นอยู่กับบริบทและอิทธิพลจากกลยุทธ์การตลาดและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นรอบๆ ตัวละครด้วย ซึ่งสอดคล้องกับมุมมองเชิงบูรณาการในการสร้างตราสินค้าที่น่าเสนอโดย (Aaker, 2000) ที่เน้นความสำคัญของการสร้างประสบการณ์แบรนด์ที่สอดคล้องกันผ่านจุดสัมผัสที่หลากหลาย

### ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. นักการตลาดควรให้ความสำคัญกับการวางแผนและดำเนินกิจกรรมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์สำคัญ เช่น การเปิดตัวภาพยนตร์ ข่าวยุบสื่อ การทำงานร่วมกัน การโฆษณา และกิจกรรมพิเศษ เพื่อสร้างกระแสและความสนใจให้กับตัวละคร โดยจัดสรรทรัพยากรและความพยายามทางการตลาดให้เหมาะสมกับเหตุการณ์เหล่านี้
2. แทนที่จะเน้นเฉพาะการปรับปรุงการออกแบบตัวละคร นักการตลาดควรพัฒนากลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการที่สร้างการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคผ่านจุดสัมผัสที่หลากหลาย ทั้ง

ออนไลน์และออฟไลน์ โดยใช้เหตุการณ์ทางการตลาด ความร่วมมือ และกระแสออนไลน์ในการสร้างประสบการณ์ที่น่าสนใจและน่าจดจำให้กับผู้บริโภค

3. นักการตลาดควรติดตามและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความชอบของผู้บริโภคและแนวโน้มของตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อปรับกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปและรักษาความเกี่ยวข้องของตัวละคร ทั้งนี้ควรมีการทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์อย่างสม่ำเสมอเพื่อตอบสนองต่อพลวัตของตลาด

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาในอนาคตควรขยายขอบเขตของข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ให้กว้างขึ้น โดยนอกจากใช้ข้อมูลจาก Google Trends แล้ว ควรพิจารณาใช้ข้อมูลเสริมจากแหล่งอื่นๆ เช่น ยอดขาย มูลค่าตราสินค้า และการสำรวจผู้บริโภค เพื่อให้ได้ภาพรวมที่ครอบคลุมและสมบูรณ์ยิ่งขึ้นของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวละคร

2. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมโดยพิจารณาตัวแปรปรับ (moderating variables) ที่อาจส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างเหตุการณ์ทางการตลาด คุณลักษณะการออกแบบตัวละคร และความสำเร็จของตัวละคร เช่น ประเภทของตัวละคร กลุ่มเป้าหมาย และบริบททางวัฒนธรรม เพื่อให้เข้าใจปัจจัยเชิงลึกที่อาจส่งผลต่อประสิทธิภาพของกลยุทธ์การตลาดตัวละครในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน

3. การวิจัยในอนาคตควรพิจารณาใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีที่หลากหลายและเทคนิคการวิเคราะห์ขั้นสูง เพื่อให้เข้าใจปรากฏการณ์นี้ในเชิงลึกมากขึ้น เช่น การใช้ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ทฤษฎีการสื่อสาร หรือทฤษฎีเครือข่ายสังคม ควบคู่ไปกับเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (big data analytics) หรือการวิเคราะห์เครือข่ายสังคม (social network analysis) เป็นต้น

## บรรณานุกรม

- Aaker, D. A. (2009). *Managing Brand Equity*.
- Aaker, D. A., & Joachimsthaler, E. . (2000). *Brand leadership*. The Free Press.
- Ahn, J., Kim, E., Park, & S. (2010). The effects of collaboration with athletes on sport brand image: The moderating effect of consumer knowledge. *Journal of Global Academy of Marketing Science*, 20(1).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/12297119.2010.9707344>
- Ahn, J., Kim, E., & Park, S. (2010). The effects of collaboration with athletes on sport brand image: The moderating effect of consumer knowledge. *Journal of Global Academy of Marketing Science*, 20(1), 65-77.
- Airenti, G. (2018). he development of anthropomorphism in interaction: Intersubjectivity, imagination, and theory of mind. . *Frontiers in Psychology*, 9(2136).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.02136>
- Angkana. (2021, 16 ธันวาคม). ทำความรู้จักแอปเฟกต์ 2 มิติสำหรับภาพยนตร์ *Live action*.  
<https://goterrestrial.com>.  
<https://goterrestrial.com/2021/12/16/%E0%B8%97%E0%B8%B3%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%A3%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B9%80%E0%B8%AD%E0%B8%9F%E0%B9%80%E0%B8%9F%E0%B8%81%E0%B8%95%E0%B9%8C-2-%E0%B8%A1/>
- Araujo, T., Neijens, P., & Vliegenthart, R. . (2017). Getting the word out on Twitter: The role of influentials, information brokers and strong ties in building word-of-mouth for brands. *International Journal of Advertising*, 36(3).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/02650487.2016.1173765>
- Auto\_API\_DITP\_Analytics. (2023, 25 สิงหาคม). ตลาดธุรกิจค้าปลีกเดอริในญี่ปุ่นยังมีแนวโน้มที่ดี ภายหลังวิกฤติโควิด. <https://xn--42ca1c5gh2k.com/>. <https://xn--42ca1c5gh2k.com/%e0%b8%95%e0%b8%a5%e0%b8%b2%e0%b8%94%e0%b8%98%e0%b8%b8%e0%b8%a3%e0%b8%81%e0%b8%b4%e0%b8%88%e0%b8>

[%84%e0%b8%b2%e0%b9%81%e0%b8%a3%e0%b8%84%e0%b9%80%e0%b8%95%e0%b8%ad%e0%b8%a3%e0%b9%8c%e0%b9%83%e0%b8%99/](#)

Bayley, S. (2013). *Cars: Freedom, Style, Sex, Power, Motion, Colour, Everything*. Hachette UK.

<https://books.google.co.th/books?id=iRgTIY2zjDkC&lpg=PT335&dq=volkswagen%20beetle%20kindchenschema&pg=PT335#v=onepage&q=volkswagen%20beetle%20kindchenschema&f=false>

Boboltz, S. (2017, 2 มีนาคม). *Here's Why Live-Action Remakes Of Anime Can Be Good*.

HuffPost. [https://www.huffpost.com/entry/live-action-anime-remakes\\_n\\_58d254f9e4b0b22b0d17f829](https://www.huffpost.com/entry/live-action-anime-remakes_n_58d254f9e4b0b22b0d17f829)

Bollen, J., Mao, H., & Zeng, X. J. (2011). Twitter mood predicts the stock market. *Journal of Computational Science*, 2(1), 1-8.

Borgi, M., Cogliati-Dezza, I., Brelford, V., Meints, K., & Cirulli, F. (2014). Baby schema in human and animal faces induces cuteness perception and gaze allocation in children. *Frontiers in Psychology*, 5, 411.

<https://doi.org/https://doi.org/10.3389/fpsyg.2014.00411>

Buil, I., Chernatony, d., L., Martinez, & E. (2013). Examining the role of advertising and sales promotions in brand equity creation. *Journal of Business Research*, 66(1).

<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.07.030>

Caamaño, A. (2013). *Turbo*. IMDb. <https://www.imdb.com/title/tt1860353/>

Cadwell, G. (2016). The radical Teenage Mutant Ninja Turtles. *nimation Studies*, 11.

<https://journal.animationstudies.org/gyongyi-cadwell-the-radical-teenage-mutant-ninja-turtles/>

Cárdenas, R. A., Harris, L. J., & Becker, M. W. (2013). Sex differences in visual attention toward infant faces. *Evolution and Human Behavior*, 34(4), 280-287.

<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2013.04.001>

Chang, C. T., & Yen, C. T. . (2011). Missing ingredients in metaphor advertising research: The right formula of metaphor type, product type, and need for cognition. *Journal of Advertising*, 40(1). [https://doi.org/ https://doi.org/10.2753/JOA0091-3367400104](https://doi.org/https://doi.org/10.2753/JOA0091-3367400104)

- Chiu, S. C., Liu, C. H., & Chen, H. M. . (2012). The effects of product placement on the effectiveness of animation: The moderating roles of product type and character type. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 17(5). <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/10941665.2012.695283>
- Culotta, & A. (2010). Twitter mood predicts the stock market. *Journal of Computational Science*, 2(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jocs.2010.12.007>
- Diaz, A. C. (2017, 21 กุมภาพันธ์). *Lego Debut Life-Size Batmobile Made From 344,000 Bricks*. Advertising Age. <https://adage.com/creativity/work/chevrolet-lego-batmobile/51093>
- Epley, N., Waytz, A., & Cacioppo, J. T. . (2007). On seeing human: A three-factor theory of anthropomorphism. *Psychological Review*, 114(4), 864-886. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/0033-295X.114.4.864>
- Folse, J. A. G., Netemeyer, R. G., & Burton, S. . (2012). Who will attract you? Similarity effect among users on online purchase intention of movie tickets in the social shopping context. *International Journal of Information Management*, 40. <https://doi.org/https://doi.org/10.2753/JOA0091-3367410102>
- Foster. (2008). *Pandemonium and parade: Japanese monsters and the culture of yōkai*. University of California Press. <https://doi.org/https://doi.org/10.1525/9780520933330>
- France, C., Merrilees, B., & Miller, D. . (2016). An integrated model of customer-brand engagement: Drivers and consequences. *Journal of Brand Management*, 23(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.1057/bm.2016.4>
- Fu, S., Yan, Q., Feng, & C., G. (2017). Who will attract you? Similarity effect among users on online purchase intention of movie tickets in the social shopping context. *International Journal of Information Management*, 40. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.12.006>
- Gammoh, B. S., Voss, K. E., & Chakraborty, G. . (2006). Consumer evaluation of brand alliance signals. *Psychology & Marketing*, 23(6). <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/mar.20130>

- Glocker, M. L., Langleben, D. D., Ruparel, K., Loughead, J. W., Gur, R. C., & Sachser, N. . (2009). Baby schema in infant faces induces cuteness perception and motivation for caretaking in adults. *Ethology*, *115*(3), 257-263. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1439-0310.2008.01603.x>
- Go, E., & Sundar, S. S. . (2019). Humanizing chatbots: The effects of visual, identity and conversational cues on humanness perceptions. *Computers in Human Behavior*, *97*, 304-316. [https://doi.org/ https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.01.020](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.01.020)
- Goldstein, E. B. (2008). *Cognitive Psychology* (3 ed.). Linda Schreiber-Ganster. <https://aishwaryajaiswal.com/wp-content/uploads/2022/01/Cognitive-Psychology - Connecting-Mind-Research-and-Everyday-Experience.pdf>
- Gorn, G. J., Jiang, Y., & Johar, G. V. . (2008). Babyfaces, trait inferences, and company evaluations in a public relations crisis. *ournal of Consumer Research*, *35*(1), 36-49. <https://doi.org/https://doi.org/10.1086/529533>
- Gould, S. J. (1979). Mickey Mouse meets Konrad Lorenz. *Natural History*, *88*(5), 30-36. <https://www.naturalhistorymag.com/picks-from-the-past/12121/mickey-mouse-meets-konrad-lorenz>
- Gould, S. J. (1980). *A Biological Homage to Mickey Mouse*. W. W. Norton & Company. . <https://books.google.co.th/books?id=atD2gIpM8vsC&lpg=PA95&dq=A%20Biological%20Homage%20to%20Mickey%20Mouse&pg=PA95#v=onepage&q=A%20Biological%20Homage%20to%20Mickey%20Mouse&f=false>
- Gould, S. J. (2008). A Biological Homage to Mickey Mouse. *Ecotone*, *4*(1), 333-340. <https://doi.org/https://doi.org/10.1353/ect.2008.0045>
- Gupta, N., Jang, Y., Mednick, S. C., & Huber, D. E. . (2013). The road not taken: Creative solutions require avoidance of high-frequency responses. *Psychological Science*, *23*(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0956797611429710>
- Guthrie, S. E. (2023). Anthropomorphism. In *Encyclopædia Britannica*. <https://www.britannica.com/topic/anthropomorphism>
- Hollebeek, L. D., Glynn, M. S., & Brodie, R. J. (2014). Consumer brand engagement in social media: Conceptualization, scale development and validation. *Journal of*

*Interactive Marketing*, 28(2).

<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.intmar.2013.12.002>

Hosany, S., Prayag, G., Martin, D., & Lee, W. Y. (2013). Theory and strategies of anthropomorphic brand characters from Peter Rabbit, Mickey Mouse, and Ronald McDonald, to Hello Kitty. *Journal of Marketing Management*, 29(1).

<https://doi.org/10.1080/0267257X.2013.764346>

Huang, X., Huang, Z., & Wyer Jr, R. S. . (2020). The influence of social crowding on brand attachment. *Journal of Consumer Research*, 47(2), 197-218.

<https://doi.org/https://doi.org/10.1093/jcr/ucz054>

Jeremy Ginsberg, M. H. M., Rajan S. Patel, Lynnette Brammer, Mark S. Smolinski & Larry Brilliant (2009). Detecting influenza epidemics using search engine query data.

*Nature* 457, 1012-1014. <https://doi.org/https://doi.org/10.1038/nature07634>

Johanson, M. F. (2019, 23 พฤษภาคม). *A purple plush and an Xbox avatar have become the latest examples of brands hitching a ride on Sonic the Hedgehog's coattails.* .

Syfy Wire. <https://www.syfy.com/syfywire/brands-hitching-sonic-hedgehog-coattails>

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. . (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1).

<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>

Karniouchina, & V., E. (2011a). Impact of star and movie buzz on motion picture distribution and box office revenue. *International Journal of Research in Marketing*,

28(1). [https://doi.org/ https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2010.10.001](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2010.10.001)

Karniouchina, & V., E. (2011b). Impact of star and movie buzz on motion picture distribution and box office revenue. *International Journal of Research in Marketing*,

28(1). [https://doi.org/ https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2010.10.001](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2010.10.001)

Kella, J. J. (1998). A cross-cultural study of motivational factors affecting individuals' intentions to try new products: Evidence from the Asia-Pacific region. *Journal of International Consumer Marketing*, 10(3).

[https://doi.org/https://doi.org/10.1300/J046v10n03\\_03](https://doi.org/https://doi.org/10.1300/J046v10n03_03)

Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management* (4 ed.).

- Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (4 ed.). Pearson.
- Kellogg's. (2021). *Our brand characters*. [https://www.kelloggs.com/en\\_US/who-we-are/our-brand-characters.html](https://www.kelloggs.com/en_US/who-we-are/our-brand-characters.html)
- Khogeer, Y. K. (2013). *BRAND ANTHROPOMORPHISM: THE LITERARY LIVES OF MARKETING MASCOTS* [Doctoral dissertation, Management School University of Liverpool].  
[https://web.archive.org/web/20220616104517id\\_/https://livrepository.liverpool.ac.uk/16193/1/KhogeerYusra\\_Nov2013\\_16193.pdf](https://web.archive.org/web/20220616104517id_/https://livrepository.liverpool.ac.uk/16193/1/KhogeerYusra_Nov2013_16193.pdf)
- Kim, D. H., Spiller, L., & Hettche, M. (2016). Analyzing media types and content orientations in Facebook for global brands. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 9(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JRIM-05-2014-0023>
- Kim, J., Kang, S., & Lee, K. H. . (2021). Evolution of digital marketing communication: Bibliometric analysis and network visualization from key articles. *Journal of Business Research*, 130. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.043>
- Korchia, M. (2001). *The Dimensions of Brand Familiarity* [Doctoral dissertation, Graduate School of Economics and Management]. <http://www.watoowatoo.net/mkgr/>
- Lambie, R. (2020, 23 กรกฎาคม ค.ศ. 2020). *The problem with live-action remakes of animated classics*. Den of Geek. <https://www.denofgeek.com/movies/live-action-remakes-of-animated-classics-problem/>
- Lee, Y., & Kang, J. . (2019). The effects of anthropomorphic cues on consumer responses: The moderating role of consumption motivation. *International Journal of Hospitality Management*, 83. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.04.013>
- Leischnig, A., Schwertfeger, M., & Geigenmueller, A. (2011). Do shopping events promote retail brands? *International Journal of Retail & Distribution Management*, 39(8). <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/09590551111148686>
- Levitt, T. (1965). Exploit the product life cycle. *Harvard Business Review*, 43, 81-94.



- Li, S. (2021). The effects of anthropomorphic packaging on consumer product evaluation and willingness to buy. *Journal of Consumer Marketing*, 38(4), 398-408.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JCM-08-2020-4098>
- Liu, X., Shi, S., W., Teixeira, T., Wedel, & M. (2018). Video content marketing: The making of clips. *Journal of Marketing Management*, 82(4).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1509/jm.16.0048>
- Lorenz, K. (1943). Die angeborenen Formen möglicher Erfahrung. *Zeitschrift für Tierpsychologie*, 5(2), 235-409. [https://doi.org/ https://doi.org/10.1111/j.1439-0310.1943.tb00655.x](https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1439-0310.1943.tb00655.x)
- Majid, M. A. A., Othman, M., Mohamad, S. F., Lim, S. A. H., & Yusof, A. (2017). Piloting for interviews in qualitative research: Operationalization and lessons learnt. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.6007/IJARBS/v7-i4/2916>
- Manning, A. (2017). A Monster Calls' and the power of story.  
<https://www.npr.org/2017/01/06/508436365/a-monster-calls-and-the-power-of-story>
- Mazaheri, E., Richard, O., M., Laroche, & M. (2011). Online consumer behavior: Comparing Canadian and Chinese website visitors. *Journal of Business Research*, 64(9).  
[https://doi.org/ https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2010.11.018](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2010.11.018)
- Mazaheri, E., Richard, M. O., & Laroche, M. . (2011). Online consumer behavior: Comparing Canadian and Chinese website visitors. *Journal of Business Research*, 64(9). <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2010.12.005>
- Mazodier, M., & Merunka, D. (2012). Achieving brand loyalty through sponsorship: The role of fit and self-congruity. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11747-011-0285-y>
- Moe, W. W., Schweidel, D. A., & Netzer, O. (2018). *Social media analytics for managers*. . Edward Elgar. <https://doi.org/https://doi.org/10.4337/9781784716752.00027>
- Moon, J., & Lee, E. (2018). How can brands' Facebook posts induce consumers' e-word-of-mouth behavior? Informational versus emotional message strategy: A

- computational analysis. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(6). <https://doi.org/https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0440>
- Nattasha, H. (2019, 1 มกราคม). รูปแบบของ Animation. <https://mildmildnatcha22.wordpress.com/>.  
<https://mildmildnatcha22.wordpress.com/2019/01/01/%E0%B8%A3%E0%B8%B9%E0%B8%9B%E0%B9%81%E0%B8%9A%E0%B8%9A%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87-animation/>
- Neeley, S. M. (2007). The impact of animated spokescharacters in print ads aimed at children. *Dissertation Abstracts International Section A*, 67, 3016.  
<https://psycnet.apa.org/record/2007-99004-013>
- Nenkov, G. Y., & Scott, M. L. . (2014). So cute I could eat it up": Priming effects of cute products on indulgent consumption. *Journal of Consumer Research*, 41, 326-341.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1086/676581>
- Nudd, T. (2011, 14 เมษายน). Apple's 'Get a Mac,' the Complete Campaign. Adweek.  
<https://www.adweek.com/creativity/apples-get-mac-complete-campaign-130552/>
- Onishi, H., & Manchanda, P. (2012). Marketing activity, blogging and sales. *International Journal of Research in Marketing*, 29(3).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2011.11.003>
- Panagiotis Metaxas, E. M. (2012). Social Media and the Elections. *Science* 338, 472-473.  
<https://doi.org/10.2307/41703780>
- Philip Kotler and Gary Armstrong. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.
- Power, P. (2008). Character Animation and the Embodied Mind—Brain. *Animation*, 3(1), 25-48. <https://doi.org/> <https://doi.org/10.1177/1746847708088734>
- Qiu, L., & Benbasat, I. . (2009). Evaluating anthropomorphic product recommendation agents: A social relationship perspective to designing information systems. *Evaluating anthropomorphic product recommendation agents: A social relationship perspective to designing information systems*, 25(4), 145-182.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.2753/MIS0742-1222250405>

- Richmond, E. M. (2015). *Spongebob Squarepants as an American icon: What the sponge has to say about American culture*. [Master's thesis, East Tennessee State University]. <https://dc.etsu.edu/etd/2520/>
- Salles, A., Evers, K., & Farisco, M. (2020). Anthropomorphism in AI. *AJOB Neuroscience*, 11(2), 88-95. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/21507740.2020.1740350>
- Shen, W., Huang, S., Ball, & D., A. (2019). How character involvement and dialogue appreciation affect film brand equity: A study of the Chinese audience. *Journal of Consumer Behaviour*, 18(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/cb.1744>
- Takagi, K. (2008). Kawaii no teikoku [The Empire of Kawaii]. *Natsume Shobō*. . <https://ci.nii.ac.jp/ncid/BA85689723>
- Terlutter, R., & Capella, M. L. (2013). The gamification of advertising: Analysis and research directions of in-game advertising, advergames, and advertising in social network games. *Journal of Advertising*, 42(2-3). <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/00913367.2013.774610>
- Thomas Dimpfl and Stephan Jank. (2016). Can Internet Search Queries Help to Predict Stock Market Volatility? , 22(2), 171-192.
- Torsten Schmidt, S. V. (2009). Forecasting Private Consumption: Survey-Based Indicators vs. Google Trends. *Ruhr Economic Paper*(155). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1514369>
- Touré-Tillery, M., & McGill, A. L. (2015). Who or what to believe: Trust and the differential persuasiveness of human and anthropomorphized messengers. *Journal of Marketing Management*, 79(4), 94-110. <https://doi.org/https://doi.org/10.1509/jm.12.0166>
- Tremoulet, P. D., & Feldman, J. (2000). Perception of animacy from the motion of a single object. *Perception* 29(8), 943-951. <https://doi.org/https://doi.org/10.1068/p3101>
- Wells, P. (2006). *The Fundamentals of Animation*. Bloomsbury Publishing.
- Xiong, G., & Bharadwaj, S. . (2014). Prerelease buzz evolution patterns and new product performance. *Marketing Science*, 33(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.1287/mksc.2013.0830>

- Yano, C. (2013). Pink Globalization: Hello Kitty's Trek across the Pacific. *Duke University Press*. [https://doi.org/ https://doi.org/10.1215/9780822377122](https://doi.org/10.1215/9780822377122)
- Yesica Paola Villarreal Arroyo, R. P.-N., Carmen Berdugo Correa. (2023). Influence of environmental conditions on students' learning processes: A systematic review. *Building and Environment*, 231(1).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.buildenv.2023.110051>
- Yoon, H. J., & Vargas, P. T. (2014). Know thy avatar: The unintended effect of virtual-self representation on behavior. *Psychological Science*, 25(4), 1043-1045.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0956797613519271>
- Young, M. (2017, 28 กุมภาพันธ์). Mercedes-Benz taps Jon Hamm as new voice. *Automotive News*.  
<https://www.autonews.com/article/20170228/OEM03/170229832/mercedes-benz-taps-jon-hamm-as-new-voice>
- จิระศักดิ์ จงศิริรัตนกุล. (2560). การเลือกใช้ตัวการ์ตูนเพื่อการสื่อสารแบรนด์ในธุรกิจบริการ [วิทยานิพนธ์, Bangkok University].  
[http://dspace.bu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/3190/3/jirasak\\_jong.pdf](http://dspace.bu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/3190/3/jirasak_jong.pdf)
- ชวลิต ดวงอุทา. (2552). การออกแบบคาแรคเตอร์ในงานโฆษณาที่ส่งผลต่อการจดจำสินค้าของผู้บริโภค [วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศิลปากร.  
[http://www.thapra.lib.su.ac.th/thesis/showthesis\\_th.asp?id=0000003851](http://www.thapra.lib.su.ac.th/thesis/showthesis_th.asp?id=0000003851)
- ดาร์ตัน, จ. (2558). การพัฒนาการ์ตูนแอนิเมชัน เรื่อง เศรษฐกิจพอเพียง สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 [สารนิพนธ์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. Central Library Srinakharinwirot university. [http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Ed\\_Tech/Darat\\_C.pdf](http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Ed_Tech/Darat_C.pdf)
- ธรรมปพน, ล. (2550). *Intro to animation* (1 ed.). กรุงเทพฯ : สุานบุ๊คส์.
- ธรรมศักดิ์, เ. (2547). การสร้างภาพยนตร์ 2D อนิเมชัน = *How to make 2D animation* (1 ed.). : มีเดีย อินเทลลิเจนซ์ เทคโนโลยี.
- ปรัชญา, แ. (2551). กระบวนการความสนใจและการประยุกต์สำหรับการวิจัยทางวิทยาการปัญญา. *วิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา*, 10(1).

- ภัทรชนน ศักดิ์ศิริสัมพันธ์. (2564). การศึกษาลักษณะเหนือจริงในนวนิยายเรื่อง "อลิซในแดนมหัศจรรย์". *Valaya Alongkorn Review*, 11(1). <https://doi.org/> <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/var/article/view/249095>
- มาตามลูลู. (2020). ม้ามีปีก (*Pegasus*) สัตว์ในตำนานเทพนิยายกรีก. *Mythical Creatures*. . <https://mythcreatures.blogspot.com/2020/10/blog-post.html>
- วิมลพรรณ, อ. (2550). การเปิดรับสื่อการ์ตูนญี่ปุ่นที่มีต่อทัศนคติทางเพศของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร <https://repository.rmutp.ac.th/handle/123456789/478?show=full>
- สอนของพ่อ สถิตินดวงใจ. (2564). ทัศนคติต่อประเภทของข่าวและความพึงพอใจต่อประสิทธิผล การสื่อสารของผู้รับสารที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ *MANAGER ONLINE* [วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม]. <http://dspace.spu.ac.th/handle/123456789/7467>
- อรพิชา สังขมณีนาคร. (2561). การใช้ *GOOGLE TRENDS* ในการพยากรณ์ตลาดเงิน (*SET50*) [สารนิพนธ์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. [https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2018/TU\\_2018\\_6002113055\\_10019\\_10202.pdf](https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2018/TU_2018_6002113055_10019_10202.pdf)



## 1. Hello Kitty



ที่มา <https://lifestyle.campus-star.com/scoop/36180.html>

ค่าย Sanrio ออกแบบโดย ยูโกะ ชิมิซุ ลักษณะเป็นตัวการ์ตูนลักษณะคล้ายแมวพันธุ์ บ็อบเทล เพศเมียสีขาว มีร่างกายคล้ายมนุษย์ มีมือและเท้า มีลักษณะเด่น คือ ผูกโบแดงที่หูซ้าย และไม่มีปาก

ความเป็นมา “เฮลโล คิตตี้” นั้น นางยูโกะ ชิมิซุ ผู้ออกแบบได้แรงบันดาลใจจากนิยายชื่อดังของนักประพันธ์ ลีวีล แครอลล์ เรื่อง “Through The Looking Glass” ที่อลิซ ซึ่งเป็นตัวเอกของเรื่องนั้นเล่นกับแมวที่ชื่อ “คิตตี้” นอกจากนั้น นายชินทาโร่ ซุจิ ผู้ก่อตั้งบริษัทซานริโอระบุว่าปรัชญาในการทำงาน คือ ความต้องการจะสื่อสารกับสังคม จึงเป็นที่มาของการเติมคำว่า “เฮลโล” นำหน้า “คิตตี้” นอกจากนั้น อีกหนึ่งจุดเด่นที่หลายคนมักถามถึง คือ **ทำไมคิตตี้จึงไม่มีปาก** ทางด้านโฆษกของซาน ริโอกล่าวว่า ตั้งใจที่จะทำเช่นนั้น เพราะง่ายต่อการที่คนมองแล้วจะสามารถรับรู้ได้ถึงสิ่งที่แท้จริงของคิตตี้ คนดูจึงมีอารมณ์ร่วมไปกับตัวการ์ตูนเองว่ากำลังมีความสุขหรือเศร้า **เฮลโล คิตตี้ เปิดตัวครั้งแรกในประเทศญี่ปุ่น** เมื่อปี พ.ศ.2517 เป็นกระเป๋าค่าไปใส่เหรียญสตางค์ จากนั้นในปี พ.ศ.2519 จะไปโด่งดังในสหรัฐอเมริกา และกลายเป็นสัญลักษณ์ทางการค้าไปทั่วโลก โดยขยายสินค้าออกไปหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นตุ๊กตา หรือเสื้อผ้าและเครื่องประดับ กระทั่งถึงเครื่องบินแอร์บัส เฮลโล คิตตี้ รุ่น เอ33-200 นอกจากนั้นยังถูกนำไปผลิตเป็นละครโทรทัศน์กว่า 30 ตอน ตั้งแต่ปี พ.ศ.2542-2554 และยังมีสวนสนุกในร่มที่สร้างขึ้นด้วยแนวคิดจากคิตตี้ อย่าง “ซานริโอ พูโรแลนด์” และ “ฮาร์โมนีแลนด์” อีกด้วยแม้กลุ่มเป้าหมายหลักของสินค้า “เฮลโล คิตตี้” จะเป็นเยาวชน แต่กลุ่มวัยรุ่นและผู้ใหญ่หันมาสนใจเฮลโล คิตตี้ ในฐานะสินค้าแฟชั่นยุคมากขึ้น ซึ่งในปีพ.ศ. 2551 บริษัทซานริโอระบุว่า มีสินค้าที่ใช้เฮลโล คิตตี้ เป็นสัญลักษณ์กว่า 50,000 รายการใน 60 ประเทศทั่วโลก และทำกำไรให้กับบริษัทราว 15,000 ล้านบาทซึ่งเรื่องทาง Sanrio เผยว่าจริง ๆ เป็น เด็กผู้หญิง โดยเมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2557 เว็บไซต์เดลีเมลของอังกฤษ รายงานว่า จากการ

ให้สัมภาษณ์ของคริสติน ยาโนะ หัวหน้าผู้ดูแลงานนิทรรศการ เฮลโล คิตตี้ (Hello Kitty) ที่พิพิธภัณฑ์แห่งชาติญี่ปุ่น-สหรัฐอเมริกา ในนครลอสแอนเจลิส ระบุว่า บริษัทซานริโอเอง มองว่าตัวการ์ตูน เฮลโล คิตตี้ (Hello Kitty) เป็นมนุษย์เด็กผู้หญิง ไม่ใช่แมวอย่างที่ทุกคนเข้าใจกันโดยคริสติน ยาโนะ กล่าวว่า หนึ่งในเรื่องที่ซานริโอตั้งใจจะเขียนสคริปต์มา เพื่อปรับความเข้าใจของผู้ชมในนิทรรศการนี้ คือ เฮลโล คิตตี้ (Hello Kitty) ไม่ใช่แมว เธอเป็นตัวการ์ตูนเด็กผู้หญิงชาวอังกฤษที่อาศัยอยู่ชานกรุงลอนดอน เธอมีชื่อจริงว่า คิตตี้ ไวท์ เรียนอยู่ ป.3 เธอเป็นเพื่อน แต่เธอไม่ใช่แมว ไม่เคยมีการนำเสนอว่าเธอเองเดินด้วยขา 4 ขา เธอยืนและนั่งเหมือนกับมนุษย์ที่มี 2 ขา และเธอก็เลี้ยงแมวเอาไว้เองด้วย แมวตัวนั้นมีชื่อว่า ชาร์มมี่ คิตตี้ นอกจากนี้เธอยังมีฝาแฝดด้วย นั่นคือ มิมมี่ ไวท์ และที่บ้านของเธอก็ยังมีแมวน้ำอาศัยอยู่หลังบ้านด้วย





## 2. Homer Jay Simpson



ที่มา [https://en.wikipedia.org/wiki/Homer\\_Simpson](https://en.wikipedia.org/wiki/Homer_Simpson)

เป็นตัวละครสำคัญในซีรีส์การ์ตูน "The Simpsons" ซึ่งเป็นซีรีส์ทางโทรทัศน์แนวคอมดี้ที่มีความเป็นเอกลักษณ์และได้รับความนิยมมากทั้งในแวดวงการ์ตูนและวงการบันเทิงทั่วโลก "The Simpsons" เป็นผลงานของ 20th Century Fox Television และ Gracie Films Homer Simpson ถูกสร้างขึ้นโดย Matt Groening ซึ่งเป็นผู้สร้างและนักวาดภาพการ์ตูนชาวอเมริกันที่มีชื่อเสียง

ลักษณะ มีร่างกายท้วมอยู่ในเกณฑ์ทำ, ผมสีน้ำตาลเข้ม, ตาโต, ปากใหญ่, และจมูกโต Homer Simpson เป็นคนมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมสูง ชอบเล่นเกมคอมพิวเตอร์, ชอบดื่มเบียร์ Duff, และชอบดูทีวี เขามีอารมณ์เปลี่ยนแปลงได้รวดเร็ว และมักมีพฤติกรรมที่ขี้เกียจงานและขี้เหนียวต่อกฎหมาย มีความรักและใส่ใจต่อครอบครัว, แม้ว่าบางครั้งอาจทำให้เกิดความขัดแย้งกับลูกหลาน

ตัวละคร Homer Simpson ถูกสร้างขึ้นครั้งแรกในรายการเรื่องย่อ The Simpsons shorts บนรายการ The Tracey Ullman Show ในวันที่ 19 เมษายน 1987 ในซีรีส์ "The Simpsons" ฉบับเต็มรูปแบบ, Homer Simpson และครอบครัว Simpson ปรากฏครั้งแรกในวันที่ 17 ธันวาคม 1989 Homer Simpson ได้รับความนิยมและถูกนำมาใช้ในการโฆษณาผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ เนื่องจากความโดดเด่นและความนิยมของตัวละครนี้ เขาเคยปรากฏในโฆษณาสินค้าเช่นเบียร์ Duff และสินค้าอื่น ๆ ที่เชื่อมโยงกับตัวละครนี้

### 3. Harry Potter



ที่มา [https://th.wikipedia.org/wiki/แฮร์รี่\\_พอตเตอร์](https://th.wikipedia.org/wiki/แฮร์รี่_พอตเตอร์)

ซีรีส์ Harry Potter ถูกเผยแพร่โดย ค่ายสำนักพิมพ์ Bloomsbury (สำหรับฉบับอังกฤษ) และ Scholastic Corporation (สำหรับฉบับอเมริกัน) Harry Potter ถูกสร้างขึ้นโดย J.K. Rowling (Joanne Rowling) ซึ่งเป็นนักเขียนชาวอังกฤษ

ลักษณะ เด็กหนุ่มผอมแห้ง หัวเข้าโปน ใส่แว่นตากกลม ผมดำดกหนาชี้ไม่เป็นทรง มีแผลเป็นรูปสายฟ้าที่หน้าผาก Harry Potter เป็นตัวละครที่มีความกล้าหาญ, มีความสุข, อดทน, และมีนิสัยต่อสู้ เขามุ่งมั่นในการต่อสู้กับความชั่วร้ายและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เข้ามาเข้าไปในโลกของเขา เขามีเพื่อนซึ่งชื่อ Ron Weasley และ Hermione Granger, ซึ่งเป็นผู้ให้คำปรึกษาและคู่มือที่สำคัญในการต่อสู้ของเขา

ประวัติความเป็นมา แฮร์รี่ พอตเตอร์เป็นตัวละครที่ถูกสร้างขึ้นในนวนิยาย "Harry Potter" โดย J.K. Rowling ซึ่งนวนิยายแรก "Harry Potter and the Philosopher's Stone" ได้ถูกเผยแพร่ครั้งแรกในปี ค.ศ. 1997 Harry Potter ได้รับความนิยมและเป็นตัวละครที่เป็นตัวแทนของหนังสือและภาพยนตร์ที่ตลาดกว้างไปทั่วโลก เขามีสินค้าเสริมหลากหลายที่นำมาใช้ในการโฆษณา เช่น ของเล่น, เสื้อผ้า, หนังสือ, ภาพยนตร์, และอื่น ๆ การใช้ Harry Potter ในโฆษณามีวัตถุประสงค์ในการสร้างความน่าสนใจและประสบความสำเร็จในการตลาดสินค้าและบริการ

#### 4. Harley Quinn



ที่มา <https://f.ptcdn.info/175/052/000/osejmga3aWxgqxW9dic-o.png>

เป็นตัวละครหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในจักรวาล DC Comics และมักปรากฏในซีรีส์การ์ตูนและภาพยนตร์ที่เกี่ยวข้องกับ Batman และ Joker ซึ่งเป็นตัวละครหลักที่เกี่ยวข้องกับ Harley Quinn อย่างใกล้ชิดซึ่งเป็นค่ายสำนักพิมพ์ดังที่สร้างจักรวาล DC

ลักษณะ Harley Quinn ที่เป็น Live action มีหน้าตาที่สดใส มีผมสีชมพูฟ้า แต่งกายด้วยชุดที่มีขาวและแดง มีหน้าตาที่สดใสและมีความน่ารัก พร้อมกับมีหน้าแก้มสีขาว Harley Quinn เป็นตัวละครที่ทำให้ผู้ชมรักในความบันเทิงของเธอ ฉลาด, ขี้เล่น, และมีอารมณ์ผสมผสานระหว่างความซบซึ้งและความบริสุทธิ์ เธอมีความหลงใหลกับ Joker และมีประวัติที่ซับซ้อนกับเขา

ประวัติความเป็นมา Harley Quinn ปรากฏครั้งแรกในซีรีส์การ์ตูน Batman The Animated Series ในปี 1992 ซึ่งเป็นผลงานของ Bruce Timm และ Paul Dini ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา Harley Quinn กลายเป็นตัวละครที่ได้รับความนิยมและปรากฏในหลายซีรีส์, หนังสือ, การ์ตูน, และการแสดงต่าง ๆ ของ DC Harley Quinn มีความนิยมและมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมสื่อบันเทิง โดยมีสินค้าเสริมหลากหลายเช่น ของเล่น, เสื้อผ้า, ภาพยนตร์, และการ์ตูนที่ใช้ในโฆษณาเพื่อส่งเสริมการขาย และนำเสนอตลาดแฟนของตัวละครนี้

## 5. Haru Bestar



ที่มา <https://bestars.fandom.com/wiki/Haru>

"Beastars" เป็นการ์ตูนญี่ปุ่นที่สร้างขึ้นโดย ปารุ อิตากิ (Paru Itagaki) ซึ่งเป็นนักวาดและผู้แต่งเรื่องนิยายแนวชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ "Beastars" ยังได้รับการอนุญาตและตีพิมพ์โดย Shueisha ในนิตยสาร "Weekly Shonen Champion" ค่ายที่เป็นเจ้าของ Shueisha ออกแบบโดย ปารุ อิตากิ (Paru Itagaki)

ลักษณะตัวการ์ตูน การ์ตูนมีลักษณะภาพลักษณ์ที่สวยงามและน่าสนใจ โดยมีตัวละครสัตว์ที่มีลักษณะผสมผสานระหว่างมนุษย์และสัตว์ ตัวละครมีนิสัยและบุคลิกที่หลากหลาย ทั้งความอ่อนโยน, ความขัดแย้ง, ความกล้าหาญ, และความจริงจัง หน้าตาของตัวละครสามารถแสดงอารมณ์และความรู้สึกได้ชัดเจน การต่อสู้กับปัญหาทางสังคม, การก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำ, และการมีเป้าหมายในชีวิต ตัวละครมีความสามารถที่หลากหลายซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของสัตว์ที่ปรากฏ

ประวัติความเป็นมาตัวการ์ตูน "Beastars" สร้างขึ้นเป็นการ์ตูนเรื่องแรกครั้งในปี ค.ศ. 2016 โดยปารุ อิตากิ ซึ่งได้รับความนิยมมากในวงการการ์ตูนญี่ปุ่น เนื้อหาของการ์ตูนนี้เล่าเรื่องราวแนวชีวิตประจำวันของสัตว์ที่มีลักษณะมนุษย์และสัตว์

## 6. Hulk



ที่มา <https://www.hollywoodinsider.com/hulk-stand-alone-movie/>

Hulk เป็นตัวละครซูเปอร์ฮีโร่ที่มีร่างกายภาพแข็งแรงและมีความแรงเป็นพิเศษ เป็นตัวละครที่เป็นทรัพย์สินสมบัติของ Marvel ซึ่งเป็นหนึ่งในบริษัทผลงานซูเปอร์ฮีโร่ที่มีชื่อเสียงระดับโลก Hulk ถูกสร้างและออกแบบโดย Stan Lee และ Jack Kirby ซึ่งเป็นผู้ก่อตั้งของ Marvel Comics และเป็นบรรดานักวาดการ์ตูนชื่อดัง

ลักษณะตัวละคร Hulk ใน Live Action เป็นตัวละครที่มีลักษณะทางกายภาพที่มีกล้ามเนื้อเต็มไปด้วยและความสูง สมมุติให้มีพลังทางกายภาพที่มหาศาล หน้าตาของ Hulk ค่อนข้างน่ากลัว จนทำให้เป็นหนึ่งในฮีโร่ที่น่าจดจำ นิสัยของ Hulk บางครั้งเขาเป็นสง่าและมีความเมตตา บางครั้งอาจมีพฤติกรรมที่พยายามเอาชนะความยากลำบาก ความมุ่งมั่นของ Hulk มักเน้นที่การช่วยเหลือผู้อื่นและการต่อสู้เพื่อความยุติธรรม เขามีความสามารถพิเศษในการพังทำลายและความแรงแห่งกล้ามเนื้อทำให้เขามีพลังทางกายภาพที่มหาศาล

ประวัติความเป็นมา Hulk ถูกสร้างขึ้นครั้งแรกใน "The Incredible Hulk" #1 ซึ่งเปิดตัวในเดือนมีนาคม ค.ศ. 1962 โดย Stan Lee และ Jack Kirby. การออกแบบของ Hulk ได้รับแรงบันดาลใจจากนักวาดการ์ตูน Steve Ditko โดยตัวละคร Hulk มีความสัมพันธ์กับนักวิทยาศาสตร์ชื่อ "Dr. Bruce Banner" ที่ได้รับอิทธิพลจากการรักษาเองด้วยรังสีจากการทดลองนิวเคลียร์ แต่คำพูดทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงของร่างกายและสมองของเขาเป็น Hulk หรือใช้ในโฆษณาหรือไม่ Hulk เป็นตัวละครที่ใช้ในโฆษณาและการตลาดสินค้าต่างๆ เช่น ของเล่น, เสื้อผ้า, หนังสือ, และ

สินค้าอื่น ๆ ทำให้เป็นที่รู้จักและนิยมมากในวงการสื่อบันเทิง นอกจากนี้ ยังมีภาพยนตร์และซีรีส์ที่สร้างจากตัวละคร Hulk โดยมีหลายเวอร์ชันและมุมมองต่าง ๆ ที่นำเสนอความสามารถและนิสัยของ Hulk อย่างละเอียด และตอนนี้ Hulk ได้กลายเป็นหนึ่งในฮีโร่ที่มีผลงานหลากหลาย

## 7. Iron Man



ที่มา <https://www.filmforlife.org/wp-content/uploads/2014/07/iron-man-4.jpg>

เป็นตัวละครซูเปอร์ฮีโร่ที่มีความรู้ในด้านเทคโนโลยีและมีชุดเกราะที่ทำให้เขามีพลังทางกายภาพและความสามารถพิเศษ Iron Man เป็นตัวละครที่เป็นทรัพย์สินสมบัติของ Marvel ซึ่งเป็นบริษัทผลงานซูเปอร์ฮีโร่ที่มีชื่อเสียงระดับโลก Iron Man ถูกสร้างและออกแบบโดย Stan Lee, Larry Lieber, Don Heck, และ Jack Kirby

ลักษณะตัวละคร Iron Man เป็นชายที่มีร่างกายปกติ เมื่อเขาสวมใส่ชุดเกราะ Iron Man จะกลายเป็นคนเหล็กที่มีความสูงและกล้ามเนื้อเพิ่มขึ้น ซึ่งชุดเกราะมีการออกแบบที่มีรายละเอียดทางเทคนิคมากมาย และมีสีแดงและทองคำเป็นสีหลัก นิสัย Tony Stark (ชื่อจริงของ Iron Man) เป็นผู้ชายที่มีอัจฉริยะมากและมีความรู้ด้านเทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์ นอกจากนี้เขายังมีออราและบุคลิกภาพแบบชายผู้ที่รวดเร็วและมีเสน่ห์ Iron Man คือการใช้ความรู้และเทคโนโลยีเพื่อสร้างเครื่องมือและชุดเกราะที่ช่วยควบคุมอันตรายและปกป้องโลก หลักๆ ของ Iron Man คือความรู้ทางเทคโนโลยีอันตรายและความชำนาญในการใช้ชุดเกราะที่เขาสร้างขึ้น ชุดเกราะ Iron Man มีความสามารถในการบินด้วยการเปิดตัวรับน้ำหนัก, ป้องกันการโจมตีทางอากาศและจุดเด่นคือการยิงพลังงานจากมือ Tony Stark เป็นผู้มีความรู้ทางเทคโนโลยีอันยิ่งใหญ่และความเข้าใจในหลายด้านของวิทยาศาสตร์

ประวัติ Iron Man ปรากฏตัวครั้งแรกใน "Tales of Suspense" #39 ในเดือนมีนาคม ค.ศ. 1963 ซึ่งเป็นผลงานสร้างสรรค์ของ Stan Lee, Larry Lieber, Don Heck, และ Jack Kirby. การ

สร้าง Iron Man เกิดจากความต้องการที่จะมีตัวละครที่มีชุดเกราะที่ทรงพลังและมีความสามารถพิเศษ นอกจากนี้ Iron Man ได้รับการปรับปรุงและพัฒนาตลอดเวลา เปลี่ยนแปลงในรูปแบบต่างๆ ตามเรื่องราวในซีรีส์และการ์ตูนต่างๆ ของ Marvel Iron Man เป็นตัวละครที่ใช้ในโฆษณาและการตลาดสินค้าต่างๆ เช่น ของเล่น, เสื้อผ้า, หนังสือ, และสินค้าอื่น ๆ ทำให้เป็นที่รู้จักและนิยมมากในวงการสื่อบันเทิง. เขาได้เป็นพรีเซ็นเตอร์สินค้าและบริการต่างๆ เช่น การโฆษณาอาวุธสำหรับทหาร, เทคโนโลยีและอุตสาหกรรม และเป็นตัวแทนโฆษณาสินค้าอิเล็กทรอนิกส์และเทคโนโลยี นอกจากนี้ยังมีการใช้ภาพยนตร์และซีรีส์ที่สร้างจากตัวละคร Iron Man ในโฆษณาและการตลาดต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและโปรโมตสินค้าของบริษัทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ Iron Man



## 8. Applejack



ที่มา <https://mlp.fandom.com/wiki/Applejack>

เป็นตัวละครในซีรีส์การ์ตูน "My Little Pony Friendship Is Magic" ซึ่ง Applejack เป็นสมาชิกของ "Mane Six" ซึ่งเป็นกลุ่มของซัฟฟอร์ดและนักรักในตำนานแห่ง "Equestria" เธอเป็นตัวละครที่สำคัญในซีรีส์ My Little Pony Friendship Is Magic และเป็นตัวละครรุ่นพี่ในครอบครัวของ Apple ถูกออกแบบโดย Lauren Faust, ซึ่งเป็นผู้สร้างและนักเขียนที่มีส่วนร่วมในการสร้างซีรีส์นี้

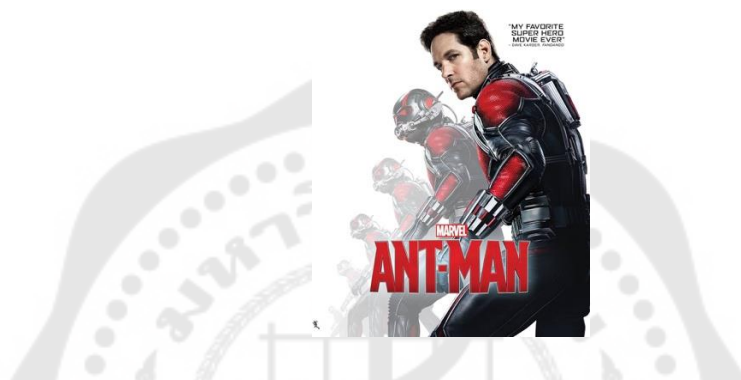
ลักษณะตัวแอปเปิ้ลแจ๊ค (Applejack) เป็นม้าบนพื้นโลก (Earth Pony) ที่มีดวงตาโต ศีรษะค่อนข้างกลมเด่นชัด สามารถพูดได้เหมือนมนุษย์ เพศหญิง อาชีพ ชาวสวน ม้าสาวดูหัวานิดๆ เธออาศัยอยู่ที่ Sweet Apple Acres สถานที่ปลูกแอปเปิ้ลที่ใหญ่ที่สุดใน Ponyville เอกลักษณะของเธอคือชอบใส่หมวกควายตลอดเวลา เธอแข็งแรงที่สุดในบรรดากลุ่มเพื่อนเพราะทำงานในสวน ต้องใช้เท้าถีบต้นแอปเปิ้ลเพื่อให้ลูกแอปเปิ้ลตกลงมาแล้วนำขาย

แอปเปิ้ลแจ๊คจะเป็นพี่ใหญ่ในกลุ่ม แต่เธอก็ไม่ได้เก่งไปเสียทุกอย่าง เช่นงานที่ต้องใช้ความละเอียด จนบางครั้งก็ทำให้คนรอบข้างถึงกับกุมขมับอยู่เหมือนกัน ทว่าก็ได้เพื่อน ๆ ของเธอนั้นแหละที่ช่วยไว้เสมอ นี่คือนิสัยที่ทำให้แอปเปิ้ลแจ๊คจริงใจและรักเพื่อน ๆ เป็นอย่างมากประวัติความเป็นมา Applejack เป็นตัวละครใน My Little Pony Friendship Is Magic ซึ่งเริ่มตอนแรก



ออกอากาศเมื่อวันที่ 10 ตุลาคม ค.ศ. 2010. การออกแบบของ Applejack ได้รับความนิยมและเป็นที่รู้จักในกลุ่มเป้าหมายของการ์ตูนนี้ Applejack เป็นตัวละครใน My Little Pony ที่ใช้ในโฆษณาและเป็นที่ยอมรับในซีรีส์การ์ตูนของ Hasbro ที่มีตลาดการตลาดที่แข็งแกร่ง

## 9. Ant-Man



ที่มา [https://m.media-amazon.com/images/I/81zIY5oeTxL.\\_AC\\_UF894,1000\\_QL80\\_.jpg](https://m.media-amazon.com/images/I/81zIY5oeTxL._AC_UF894,1000_QL80_.jpg)

Ant-Man คือตัวละครของ Marvel Comics ซึ่งเป็นหนึ่งในซูเปอร์ฮีโร่ที่ได้รับความนิยมในจักรวาล Marvel เป็นตัวละครของ Marvel Comics ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ Marvel Entertainment, LLC เป็นบริษัทในเครือ The Walt Disney Company Ant-Man ถูกสร้างและออกแบบโดย Stan Lee, Larry Lieber, Jack Kirby และ Dick Ayers ซึ่งปรากฏครั้งแรกใน "Tales to Astonish" เล่มที่ 27 ในปี ค.ศ. 1962

ลักษณะละคร Ant-Man ใน Live Action มีความสามารถในการย่อ/ขยายขนาดของร่างกายโดยใช้ "Pym Particles" ซึ่งเป็นเทคโนโลยีพิเศษที่พัฒนาโดย Dr. Hank Pym และนำไปใช้ในช่วยเหลือและต่อสู้กับอุปสรรคในรูปแบบขนาดต่าง ๆ ทั้งใหญ่หรือเล็ก

ประวัติ Ant-Man เป็นตัวละครคนแรกที่ใช้ชื่อ "Ant-Man" และปรากฏครั้งแรกใน "Tales to Astonish" เล่มที่ 27 ในปี ค.ศ. 1962 Hank Pym เป็นนักวิทยาศาสตร์และผู้คิดค้น "Pym Particles" ซึ่งทำให้เขาสามารถควบคุมขนาดของร่างกายได้ Ant-Man เป็นตัวละครที่มีภาพโฆษณาและเคยปรากฏในหลายมุมต่าง ๆ ของสินค้าและสื่อต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ Marvel Comics และ MCU (Marvel Cinematic Universe) เช่น การโปรโมทภาพยนตร์หรือสินค้าที่เกี่ยวข้องกับตัวละคร Ant-Man

## 10. Elsa



ที่มา [https://th.wikipedia.org/wiki/เอลซ่า\\_\(ตัวละคร\)](https://th.wikipedia.org/wiki/เอลซ่า_(ตัวละคร))

เป็นตัวละครที่ได้รับความนิยมมากจากภาพยนตร์แอนิเมชันของบริษัท Walt Disney Animation Studios ชื่อ "Frozen" เอลซ่าถูกออกแบบโดย Marc Davis ในภาพยนตร์แอนิเมชัน "Frozen"

ลักษณะตัวละคร เอลซ่ามีดวงตาที่กลมโต หน้ากลม จมูกและปากเล็ก ผมหาวและผิวขาวใส, ชุดแฟชั่นที่เป็นไปตามธรรมชาติและภาพลักษณ์ของสโนว์ไวท์ เอลซ่าเป็นตัวละครที่รับผิดชอบและรับหน้าที่อย่างใจกว้าง มีมารยาทและเป็นผู้นำที่ดี มุ่งมั่นที่จะปกป้องครอบครัวและผู้ที่รักในสถานการณ์ทุกครั้ง เอลซ่ามีพลังวิเศษที่สามารถควบคุมและสร้างน้ำแข็งได้

ประวัติความเป็นมา เอลซ่าเป็นตัวละครหลักในภาพยนตร์ "Frozen" ที่ปรากฏครั้งแรกในปี ค.ศ. 2013. ภาพยนตร์เน้นเรื่องราวของการแก้ไขความขัดแย้งระหว่างพี่น้องเพื่อสร้างสันติสุข เอลซ่าได้รับความนิยมมากถึงขั้นที่เป็นตัวละครที่มีการใช้ในการโฆษณาของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับ Disney, แต่ไม่มีข้อมูลที่ชัดเจนว่าเคยเป็นพรีเซ็นเตอร์สินค้าหรือบริการอะไรในขณะนี้ รวมถึงระยะเวลาที่เป็นพรีเซ็นเตอร์ไม่ได้ระบุโดยชัดเจนในที่นี้

## 11. RJ BT21



ที่มา <https://www.bt21.com/character>

RJ (อาร์เจ) ออกแบบโดย คิตซอกจิน เป็นตัวละครที่ผู้สร้างมาจากวงดนตรีดังของเกาหลีใต้ที่ชื่อว่า BTS (Bangtan Sonyeondan) โปรเจกต์นี้เป็นผลงานร่วมกันระหว่าง BTS และ LINE Friends, ซึ่งเป็นบริษัทผลิตเกมและสินค้าแฟนตาซีในเกาหลีใต้

ลักษณะตัวการ์ตูน RJ เป็นตัวละครที่มีลักษณะอัลปากาขนปุย ยืนสองขาคล้ายมนุษย์ ผู้ชื่นชอบการทำอาหารและปลูกผัก, มีหูสีชมพูโทนอ่อน, และมีความนุ่มนวล RJ มีนิสัยที่เข้ากับทุกคนได้ง่าย, และชอบทำให้คนรอบข้างมีความสุข ถูกสร้างขึ้นในปี ค.ศ. 2017 ได้ถูกใช้เป็นสินค้าของแฟนตาซีและเครื่องแต่งกาย, และได้ทำการโปรโมทในตลาดหลากหลายประเทศ

## 12. Alberto Scorfano



ที่มา

[https://static.wikia.nocookie.net/pixar/images/5/5c/Human\\_Alberto.png/revision/latest?cb=20210814144019](https://static.wikia.nocookie.net/pixar/images/5/5c/Human_Alberto.png/revision/latest?cb=20210814144019)

อัลแบร์โต สกอร์ฟาโนเป็นตัวละครสำคัญอันดับ 2 รองมาจากลูก้า ถูกออกแบบโดยทีม  
นักออกแบบตัวละครของ Pixar Animation Studios

อัลแบร์โต สกอร์ฟาโน เขาเป็นสัตว์ประหลาด หรือ Scorfano เป็น "sea monster" ซึ่งเป็น  
สัตว์ทะเลที่มีลักษณะคล้ายกับมนุษย์ในท่ามกลางน้ำในทะเลที่อาศัยอยู่บนเกาะ Isola del Mare  
ซึ่งเป็นเกาะของอิตาลีโดยไม่มีผู้ปกครองคอยดูแล อัลแบร์โต จะมีลักษณะเป็นคนเมื่ออยู่บนผิวน้ำมี  
ใบหน้าที่โค้งมนยาว ตาโต จมูกเล็ก ปากใหญ่

อัลแบร์โตภาคภูมิใจในความรู้ของเขาเกี่ยวกับโลกมนุษย์ และจากการที่ต้องอยู่คนเดียว  
ในระยะเวลาเป็นเวลาหลายวัน เขาระระคือหรือวันที่จะแบ่งปันความรู้ทั้งหมดกับลูก้าทันที เขาสนุก  
กับการสนุกสนาน ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ฝังแน่นในตัวเขาตลอดทั้งเรื่อง หนึ่งในความฝันของเขาคือ  
การขี่เวสป้า ซึ่งเป็นสกีเตอร์แบบพิเศษที่ปรากฏในโปสเตอร์ที่เขารวบรวมและเก็บไว้ในบ้านของ  
เขา

### 13. The Uncle Roger Show



ที่มา <https://m.imdb.com/title/tt28015236/>

The Uncle Roger Show คือรายการเสตนอัฟคอมเมดี้ที่กล่าวถึงวิถีการทำอาหารแบบกลับหลังของ "BBC Food Egg Fried Rice" ไม่ได้เป็นการผลิตโดยค่ายใด ๆ แต่ลงในแอ็คเคาท์ Youtube ของตนที่มีชื่อว่า mrnigelng

อังเคลโรเจอร์ (Uncle Roger) หรือ ไนเจล อั้ง นักแสดงตลกเดี่ยวชาวมาเลเซีย เชื้อสายจีน ที่มีถิ่นพำนักอยู่ในสหราชอาณาจักร เป็นที่รู้จักในฐานะบทบาทตลก 'อังเคลโรเจอร์' ชายวัยกลางคนชาวเอเชียสวมเสื้อโปโลสีส้ม ไนเจล ถูกเสนอชื่อให้ได้รับรางวัลนักแสดงตลกหน้าใหม่ยอดเยี่ยมปี 2019 ในเทศกาลเอดินเบอร์ระ ฟรินจ์ เฟสติวัล โดยเจ้าตัวได้ขึ้นแสดงเปิดเวทีให้ 'เคน จอง' (Ken Jeong) ดาราตลกชาวอเมริกันเชื้อสายเกาหลี จากหนัง The Hangover และได้เปิดการแสดงของตัวเองในโรงละคร Soho ที่กรุงลอนดอน เมื่อปี 2020 อีกด้วย แต่ในภายหลังได้ถูกยกเลิกจากวิกฤต โควิด-19 จนกระทั่งในเดือนกรกฎาคม ปี2020 ไนเจล อั้ง ได้กลายเป็นที่รู้จักจากวิดีโอของเขา ที่เจ้าตัวได้ออกมาวิจารณ์วิดีโอสอนทำข้าวผัดไข่ของ 'เฮร์ชา ปาเทล' (Hersha Patel) ทางบีบีซีฟู้ด จากวิดีโอที่เป็นที่นิยมนี้ อั้งกลายเป็นที่รู้จักไปทั่วในฐานะบทบาท 'อังเคลโรเจอร์' ชายวัยกลางคน อายุประมาณ 50 ปี สวมเสื้อโปโลสีส้ม บริเวณรอบเอวจะมีกระเป๋าใส่โทรศัพท์ และนั่งในท่าที่เอาขาซ้ายมาวางบนเก้าอี้ ไนเจล อั้ง จะทำตัวเหมือนตำรวจ ผู้คอยตรวจสอบสูตรอาหารเอเชีย แต่ในขณะเดียวกัน มุกตลกของเขา กลับกลายเป็นไวรัลไปทั่วโลก เพราะการสอดส่องสูตรอาหารคอยตรวจการบ้านเชฟชื่อดัง หากเจออะไรผิดแปลกไป เจ้าตัวก็จะอุทานคำว่า "โฮ้ย!" ให้ทุกคนได้ยิน

## 14. Aquaman



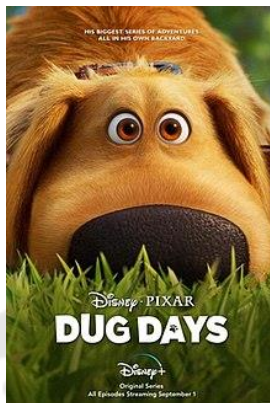
ที่มา [https://th.wikipedia.org/wiki/อควาแมน\\_เจ้าสมุทร](https://th.wikipedia.org/wiki/อควาแมน_เจ้าสมุทร)

Aquaman เป็นตัวละครของ DC Comics, ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ DC Entertainment ถูกสร้างขึ้นโดย Mort Weisinger และ Paul Norris และปรากฏครั้งแรกใน "More Fun Comics"

ลักษณะ Aquaman ใน Live Action เป็นลูกครึ่งมนุษย์และลูกครึ่งชาวแอตแลนติส ทำให้เขามีพลังและความสามารถที่เหนือมนุษย์อย่างเช่น มีพลังกำดั่งและความแข็งแกร่งเหนือมนุษย์ สามารถหายใจใต้น้ำและทนต่อแรงดันน้ำได้ทะเลลึกได้ มีนิสัยกล้าหาญ, รับผิดชอบ, มีความเชื่อมั่นในตัวเอง, รักธรรมชาติ มีลักษณะใบหน้าที่มีความเป็นธรรมชาติและพร้อมที่จะเผชิญหน้ากับท้าทาย มุ่งมั่นในการปกป้องทะเลและสิ่งมีชีวิตในทะเล มีความสามารถในการสื่อสารกับสัตว์ในทะเล, มีพลังพิเศษที่มาจากน้ำ มีความรู้ทางทะเลและการเมืองทางอาณาจักรใต้ทะเล.

Aquaman ถูกสร้างขึ้นครั้งแรกในการ์ตูน "More Fun Comics" #73 ในปี ค.ศ. 1941 โดย Mort Weisinger และ Paul Norris ในชื่ออาร์เทอร์ คาร์วี หรือ Aquaman ซึ่งเป็นนามแฝงของเขา Aquaman ได้รับการตีพิมพ์เป็นตัวการ์ตูนเรื่องแรกของตัวเองใน "Adventure Comics" #260 ในปี ค.ศ. 1959 ภายใต้คำสั่งของ Robert Bernstein และ Ramona Fradon Aquaman

## 15. Dug



ที่มา [https://en.wikipedia.org/wiki/Dug\\_Days](https://en.wikipedia.org/wiki/Dug_Days)

เป็นตัวละครที่เป็นส่วนหนึ่งของภาพยนตร์ "Up" ที่ถูกสร้างโดย Pixar Animation Studios, ซึ่งเป็นบริษัทภายใต้ The Walt Disney Company Pixar มีชื่อเสียงในการสร้างภาพยนตร์แอนิเมชันที่มีคุณภาพและน่ารัก การออกแบบตัวละคร Dug ถูกทำโดยผู้กำกับ Lee Unkrich และ Bob Peterson ซึ่งก็เป็นผู้ร่วมกำกับภาพยนตร์ "Up" Dug ถูกออกแบบให้มีลักษณะน่ารักและมีอารมณ์ดีเพื่อตรงกับบทบาทของหมาที่น่ารักและมีนิสัยใจดี และในปี 2021 ทาง Pixar Animation Studios ได้สร้างซีรีส์ Dug Days เป็นเรื่องราวของ Dug และคุณปู่ โดยฉายในแอปพลิเคชัน Disney+

ลักษณะตัวการ์ตูน Dug เป็นหมาพันธุ์ Golden Retriever ที่มีขนสีน้ำตาลอ่อนและตาสีน้ำเงิน เขามีรูปร่างที่น่ารักและเป็นมิตร Dug มีนิสัยที่ใจดีและตลกขบขัน ชอบช่วยและสร้างความสุขให้ผู้อื่น เขามีสไตล์การพูดที่ตลกและน่ารักในการสื่อสารกับมนุษย์เนื่องจากเป็นการพูดผ่านปากคอกแปลภาษาไม่ได้พูดจากปากเหมือนมนุษย์ มีหน้าตาน่ารักและอารมณ์ดีตลอดเวลา Dug มุ่งมั่นที่จะช่วยเหลือและทำให้ผู้อื่นมีความสุข Dug มีความสามารถในการพูดคุยกษามมนุษย์ ซึ่งถูกทำให้เป็นจริงด้วยเทคโนโลยีพิเศษในภาพยนตร์

## 16. Remy ratatouille



ที่มา <https://www.sanook.com/movie/19030/>

Remy เป็นตัวละครหลักในเรื่อง Ratatouille เขาเป็นผู้ออกแบบ ตัวละครและโครงเรื่องหลัก แต่เขาไม่เคยได้รับการเสนอชื่อให้เป็นผู้กำกับภาพยนตร์อย่างเป็นทางการ ในปี ค.ศ. 2004 ค่าย Pixar จึงเพิ่ม บ็อบ ปีเตอร์สัน เป็นผู้กำกับร่วมและเขาได้รับการควบคุมเฉพาะเนื้อเรื่อง เนื่องจากการขาดความมั่นใจในการพัฒนาเนื้อเรื่องของภาพยนตร์คณะผู้จัดการของพิกซาร์ จึงให้ แบรด เบิร์ด ผู้กำกับ เป็นผู้กำกับภาพยนตร์ ทำหน้าที่แทนพิงคาวาในปี ค.ศ. 2005

ซึ่งเบิร์ดสนใจภาพยนตร์เรื่องนี้เพราะแนวคิดที่แปลกประหลาดและความขัดแย้งที่ซับซ้อนคือ หนูกลัวครัว แต่หนูก็อยากทำงานในครัว เบิร์ดจึงเขียนเนื้อเรื่องใหม่โดยให้มีเนื้อหาที่เข้มข้นขึ้น เขาตัดบทกุตโตว์ให้สั้นลง แล้วไปเพิ่มบทให้กับสกินเนอร์และคอลลเกตต์และยังเปลี่ยนรูปลักษณะของหนูให้เหมือนมนุษย์น้อยลง ซึ่งอนิเมชัน Ratatouille ที่ทีมงานบางคนเดินทางไปปารีสเพื่อหาแรงบันดาลใจ และปรึกษาพ่อครัวจากทั้งฝรั่งเศสและสหรัฐ เพื่อสร้างแอนิเมชันอาหารที่ใช้ในภาพยนตร์ โดยหนึ่งในทีมงานของ Pixar ยอมฝึกงานที่ร้านอาหาร เดอะเฟรนช์ลันดีย์ ของทอมัส เคลเลอร์ และได้ทำอาหารจานหลักเรียกว่า “คองฟีต์เบียดดี” แต่ในการออกแบบให้เป็นอนิเมชันใช้ “ราตาตูย” แบบดั้งเดิมที่ออกแบบโดยเชฟกูร์เมต์ ทอมัส ซึ่งเป็นอาหารที่เรมีเป็นคนทำ

ลักษณะตัวการ์ตูน Remy เป็นหนูที่มีขนสีน้ำตาลเข้ม มีดวงตาโต และสามารถเดินได้ 2 ขาซึ่งเรมีมีร่างกายที่เป็นหนูแต่เพียงอ่านหนังสือออก และสามารถทำอาหารได้ฟังภาษามนุษย์รู้เรื่องแต่ไม่สามารถโต้ตอบกับมนุษย์ได้ใช้เพียงการแสดงออกเท่านั้น โดยเรมีจะท่องประโยคของสุดยอดเชฟ ออกัส กุตโตว์ไว้เสมอว่า “ไม่ว่าใครก็ทำอาหารได้” ทำให้เรมีชอบและรักในการทำอาหารโดยนิสัยของเรมี เป็นหนูที่ไม่ยอมให้เป็นที่คนรังเกียจ เขาจึงแตกต่างกว่าหนูในฝูง เขามีความ



สะอาดมากกว่า และที่สำคัญเขามีความสามารถพิเศษในการดมกลิ่น และการปรุงรสระดับ  
อัจฉริยะ กว่าเซฟที่เป็นคนบางคนจะทำได้ เขาจึงคอยเป็นผู้ตรวจสอบสารพิษให้กับครอบครัวของ  
เขาว่าขยะชิ้นไหนที่กินได้ แต่เริ่มเกลียดการขโมยและการกินอาหารขยะเป็นที่สุด เพราะเขาตั้งใจ  
ว่าเขาจะเป็นผู้สร้าง ไม่ใช่ผู้ที่จะคอยแต่กอบโกย เมื่อโอกาสทำให้เขาได้เข้าไปอยู่ในภัตตาคารของ  
สุดยอดเซฟ ออกัส กุสโตว์ ผู้ที่เป็นทั้งตำนานและฮีโร่ในดวงใจของเขา



## 17. Spider-Man



ที่มา

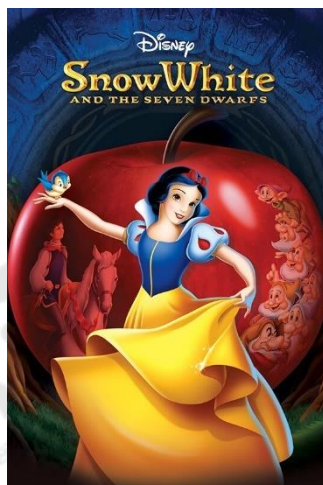
<https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.bupipedream.com%2Ffac%2F123785%2Fa-ranking-of-the-live-action-spider-man>

ค่าย Marvel Comics เป็นเจ้าของ Spider-Man ถูกสร้างและออกแบบโดย Stan Lee และ Steve Ditko ขึ้นครั้งแรกในปี 1962

ลักษณะ Spider-Man ในรูปแบบ Live Action ได้ใช้นักแสดงทั้งหมด 5 คนคือ นิโคลัส แฮมมอนด์(1977-1979), ซินจิ โตโดะ(1978-1979),โทบี้ แม็กไกรว์(2002-2007), แอนดรูว์ การ์ฟิลด์(2012-2014) และทอม ฮอลแลนด์(2016-ปัจจุบัน) แต่ที่มีชื่อเสียงที่สุดคือ Spider man คนปัจจุบัน ซึ่งเอกลักษณ์ของ Spider man คือ มีชุดคอเสื้อสีแดงมีลายคล้ายใยแมงมุม บริเวณอกมีตัวแมงมุมและสวมใส่หน้ากากที่มีแค่ดวงตาเท่านั้น สามารถปีนบนพื้นที่สูงได้ดี เป็นคนอ่อนโยน, รับผิดชอบ, และอารมณ์ดี. เขามีความมุ่งมั่นที่จะใช้พลังและความสามารถของตัวเองเพื่อประโยชน์ส่วนรวม มีหน้าที่ที่น่ารักและน่าเอ็นดู, โดยมักจะใส่หน้ากากที่ปิดบังบริเวณใบหน้า ทำให้ไม่รู้ตัวว่านามจริงของเขาคือใคร Spider-Man มุ่งมั่นที่จะใช้พลังของเขาเพื่อประโยชน์สังคม และช่วยเหลือคนที่ต้องการความช่วยเหลือ Spider-Man มีฉากสว่างที่ทำให้เขาสามารถปีนบนผนัง, มีพลังที่อธิบายไม่ได้มาจากการทำลายรศไฟฟ้าที่มีของแต่และสามารถยิงเส้นไฟเพื่อเป็นอาวุธ Peter Parker เป็นนักเรียนมัธยมปลายและมีความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ที่ดี โดย Spider-Man สร้างขึ้นครั้งแรกโดย Stan Lee และ Steve Ditko ใน "Amazing Fantasy" #15 ในปี 1962. การสร้าง Spider-Man เริ่มต้นจากความคิดที่จะสร้างตัวละครเพื่อให้ผู้อ่านหนุ่มหน้าใหม่ได้รับการยอมรับ มีแรงบันดาลใจมาจากความสนใจในนวนิยายของฮีโร่ที่เป็นมนุษย์เล่นบทบาทของฮีโร่จากชีวิตประจำวันที่มีปัญหาต่างๆ ตัวละคร Spider-Man ถูกเปิดตัวครั้งแรกใน "Amazing Fantasy"

#15 ในสิงหาคม 1962 ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา Spider-Man ได้รับความนิยมและกลายเป็นหนึ่งในเจ้าพ่อของซูเปอร์ฮีโร่ในวงการการ์ตูน

## 18. Snow White



ที่มา <https://lumiere->

[a.akamaihd.net/v1/images/p\\_snowwhiteandthesevendwarfs\\_19871\\_806c8934.jpeg](https://lumiere-a.akamaihd.net/v1/images/p_snowwhiteandthesevendwarfs_19871_806c8934.jpeg)

เป็นหนึ่งในหนังแอนิเมชันเรื่องแรกที่ถูกสร้างขึ้นโดย The Walt Disney Company และเป็นผลงานการออกแบบของ Walt Disney พร้อมทีมงานของเขา

ลักษณะ Snow White เป็นหญิงสาวที่มีหน้าตาน่ารัก, ผมหสีดำ, ผิวขาวเหมือนหิมะ และเสื้อผ้าสีสันสดใส Snow White เป็นคนอ่อนโยนและมีนิสัยดี ซึ่งทำให้เธอเป็นเพื่อนกับคนรอบข้างได้ง่าย มีหน้าไบโดยรอบที่น่ารักและเอนดู, มีดวงตาใหญ่ Snow White มุ่งมั่นที่จะมีชีวิตที่ดีและพยายามอย่างหนักเพื่อสร้างสรรคความสุขแก่ตนเองและผู้รอบข้าง ไม่มีความสามารถเฉพาะทางที่ต่างจากมนุษย์ทั่วไป, แต่มีความน่ารักและเป็นบุคคลที่น่ารัก Snow White เป็นคนที่มีจิตใจดีและรู้จักเลี้ยงดูสิ่งรอบข้างด้วยความรักและความกรุณา โดย "Snow White and the Seven Dwarfs" เป็นภาพยนตร์แนวการ์ตูนแบบเต็มเรื่องแรกของ Disney ที่ปล่อยฉายในปี 1937 เป็นการผสมผสานของแนวนิทานที่มีมานาน และศิลปะการ์ตูนของ Disney การสร้าง Snow White and the Seven Dwarfs มีความเสี่ยงสูง ทั้งทางการเงินและความเชื่อมั่นในการทดลองนำเสนอเรื่องราวเด็กๆ ในรูปแบบการ์ตูนให้กลายเป็นภาพยนตร์ยาว แรงบันดาลใจในการสร้าง Snow White มาจากนิทานเด็ก "Snow White" ของกรีก และตัวละครที่นำรักรนี้ถูกนำเข้ามาในโลกของ Disney เพื่อเติมเต็มในเรื่องของผจญภัยและมิตรภาพ เปิดตัวเป็นครั้งแรกในการฉายทดสอบใน

วันที่ 21 ธันวาคม 1937, และเปิดตัวเป็นทางการในวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 1938 ที่ Carthay Circle Theatre ใน Los Angeles สร้างขึ้นที่ Walt Disney Studios และเป็นผลงานที่ได้รับความนิยมอย่างมากทั้งในด้านเนื้อหาและภาพยนตร์

### 19. Snoopy



ที่มา <https://en.wikipedia.org/wiki/Snoopy>

Snoopy เป็นตัวละครในเรื่อง "Peanuts" ซึ่งเป็นผลงานของ Charles M. Schulz ถูกสร้างและออกแบบโดย Charles M. Schulz

ลักษณะ Snoopy เป็นหมาชนิดหนึ่งที่มีลักษณะที่น่ารักและเป็นเอกลักษณ์ มีตัวเล็ก ๆ ไม่สามารถพูดได้แต่เข้าใจภาษามนุษย์ และยืน 2 ขามีขนสีขาวและดูนุ่มนวล Snoopy มีนิสัยน่ารักและเป็นมิตร ชอบนอนหลับและมีจินตนาการสูง มีความอดทนและมีความเข้ากันได้กับทุกคน มีหน้าตาน่ารัก, มักมีท่าทางที่น่ารักและขบขัน Snoopy มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาจินตนาการและการเรียนรู้ Snoopy มีทักษะในการแสดงอารมณ์ผ่านการทำท่าทาง, การนอนหลับท่ามือและการแสดงอารมณ์ที่น่ารัก Snoopy เป็นตัวการ์ตูนที่มีความรู้มากมาย, และมีความเข้าใจในควมมีชีวิตและคน Snoopy ถูกสร้างขึ้นในการ์ตูน Peanuts โดย Charles M. Schulz เป็นครั้งแรกในวันที่ 2 ตุลาคม ค.ศ. 1950 แรงบันดาลใจในการออกแบบ Snoopy มาจากหมาที่ Charles M. Schulz ฝึกเคยเป็นเจ้าของมาก่อน Snoopy เคยมีชื่อตั้งแต่แรกว่า "Sniffy" แต่ถูกเปลี่ยนเป็น "Snoopy" ซึ่งได้รับความนิยมและความรู้จักมากขึ้นเมื่อ Charles M. Schulz ให้ตัวละครนี้มีบทบาทมากขึ้นในการ์ตูน Peanuts Snoopy เป็นตัวการ์ตูนที่เป็นที่รู้จักและได้รับการนำมาใช้ในการโฆษณาสินค้าหลากหลายประเภท เช่น ของเล่น, สินค้าเด็ก, อุปกรณ์โรลเลอร์, สินค้าในบ้าน, และอื่นๆ

## 20. Star-Lord



ที่มา [https:// www.eonline.com%2Fnews%2F1218596%2Fguardians-of-the-galaxy-star-lord](https://www.eonline.com%2Fnews%2F1218596%2Fguardians-of-the-galaxy-star-lord)

Star-Lord เป็นตัวการ์ตูนของ Marvel Comics, ซึ่งเป็นหนึ่งในซูเปอร์ฮีโร่ที่สร้างค่านิยมมากในจักรวาล Marvel ถูกสร้างและออกแบบโดย Steve Englehart และ Steve Gan ปรากฏครั้งแรกใน "Marvel Preview" ฉบับที่ 4 ในปี ค.ศ. 1976

ลักษณะ Star-Lord ใน Live Action มีลักษณะทางกายภาพเป็นมนุษย์คนหนึ่งที่มีชุดชุดสีแดงและเครื่องประดับทางทหาร เป็นผู้นำและมีความมุ่งมั่นสูง มีเป้าหมายในการปกป้องจักรวาลและต่อสู้เพื่อความยุติธรรม มีรูปร่างที่เข้มงวดและเหมือนนักรบที่พร้อมเผชิญหน้ากับภัยคับคั่งมุ่งมั่นในการค้นหาความยุติธรรมและสร้างความสามารถในการต่อสู้ Star-Lord มีทักษะในการต่อสู้, การนำทีม, และการใช้ช่างภาพและอาวุธทางอวกาศ มีความรู้ในด้านทางทหาร, ภาษาต่างๆ, และเทคโนโลยีอวกาศ Star-Lord ถูกสร้างขึ้นครั้งแรกในการ์ตูน "Marvel Preview" ในปี ค.ศ. 1976 โดย Steve Englehart และ Steve Gan ในต้นแรก Star-Lord ถูกสร้างเป็นตัวละครที่ไม่มีตำนานมาก แต่ในปัจจุบันเป็นหนึ่งในนักรบที่มีชื่อเสียงของจักรวาล Marvel แรงแบบดาดใจในการออกแบบ Star-Lord มาจากตำนานซูเปอร์ฮีโร่ในหนังสือการ์ตูนและวรรณกรรมสร้างขึ้นเพื่อเป็นตัวละครที่เชื่อถือได้ที่จะนำกองทัพต่อสู้กับความพลอดภัยของจักรวาล Star-Lord ได้รับการปรับแต่งและพัฒนาตัวละครมาโดยต่อเนื่องในเรื่องการ์ตูนและภาพยนตร์ Star-Lord เป็นตัวการ์ตูนที่น่าสนใจในการโฆษณาสินค้าและสื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ Marvel Universe เป็นตัวละครที่ใช้ในการโฆษณา

สินค้าอาทิเช่น เกม ของเล่น และสื่อบนอินเทอร์เน็ต การนำ Star-Lord มาใช้ในการโฆษณาเป็น เพื่อเสนอและตลาดสินค้าต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับซูเปอร์ฮีโร่เหล่านี้

## 21. Wednesday Addams



ที่มา [https://hero.fandom.com/wiki/Wednesday\\_Addams](https://hero.fandom.com/wiki/Wednesday_Addams)

Wednesday Addams เป็นตัวละครในเรื่อง "The Addams Family" ซึ่งเป็นเรื่องอนิเมชัน และภาพยนตร์ที่สร้างโดย Charles Addams ถูกสร้างและออกแบบโดย Charles Addams, ศิลปิน และนักวาดอเมริกัน

ลักษณะ Wednesday Addams ใน Live Action ในปี 2022 มีลักษณะเป็นเด็กหญิงที่มี ผิวสีขาวยาวและสีผมดำ ถักเปีย 2ข้าง และใส่ชุดสีดำ เป็นตัวละครที่มีลักษณะมีดমন แต่ก็มี ความสามารถที่แสดงออกถึงความเฉลียวฉลาดและมีเป้าหมาย มีหน้าตามีดমনและน่ากลัว, ด้วย ยิ้มแย้มที่ไม่แสดงออกถึงความสุข มุ่งมั่นที่จะแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของตนและครอบครองความ มีด มีทักษะใน การเล่นเกมดนตรี, และมีความคิดสร้างสรรค์ มีความรู้ในด้านเฉพาะด้านมีดและ ศาสนา

ก่อนที่จะกลายเป็นการ์ตูน ภาพยนตร์ และซีรีส์ในปัจจุบัน The Addams Family ตีพิมพ์ ครั้งแรกในนิตยสาร The New Yorker ปี ค.ศ. 1938 ที่บอกเล่าเรื่องราว ของครอบครัววอดัมส์ ครอบครัวสุดแปลก ที่ดูเป็นครอบครัวมีดหม่น ในสายตาของคนอื่น แต่ที่จริงแล้ว พวกเขา มี แนวความคิด และความเชื่อเป็นของตนเอง และพร้อมที่จะเปิดเผยตนเองให้ผู้อื่นได้รู้จักด้วยเนื้อ เรื่อง และการนำเสนอที่แปลกใหม่ มีการนำเรื่องราวความสยองขวัญ มาทำให้กลายเป็นเรื่องสนุก และตลกขบขันไปพร้อมกัน มีเนื้อหาที่สะท้อนภาพของครอบครัว ที่มีความเป็นตัวของตัวเอง และมีเสน่ห์ที่น่าสนใจ แต่กลับดูแปลกแยกในสายตาของผู้อื่น จึงทำให้การ์ตูนเรื่องนี้ได้รับความนิยม จน ถูกนำไปดัดแปลง และผลิตเพื่อเผยแพร่ในสื่ออื่นอีกมากมาย เมื่อการ์ตูนได้รับความนิยม จึงถูก นำมาผลิตเป็นรายการซีรีส์ ออกอากาศทางโทรทัศน์ครั้งแรกในปี ค.ศ. 1964 และอนิเมะเรื่อยมา

จนถึงปี ค.ศ.1966 นอกจากนี้ ตัวละครในครอบครัววอดัมส์ ยังไปร่วมอยู่ในการ์ตูนชื่อดังอย่าง Scooby Doo : The Movies ออกอากาศทางช่องโทรทัศน์ CBS วันที่ 22 กันยายน 1972 และนำกลับมาฉายอีกครั้งทางช่อง Cartoon Network ในปี ค.ศ.1993 อีกด้วยก่อนที่จะได้รับการดัดแปลงเป็นภาพยนตร์ในปี 1991 และออกภาคใหม่ที่ได้รับความนิยมอย่าง The Adams Family: Values ในปี 1993 จนทำให้คนทั่วโลกรู้จักครอบครัววอดัมส์มากขึ้น หลังจากนั้นจึงนำไปดัดแปลงเป็น ภาพยนตร์ Animation ภาพยนตร์ Live-Action ไปจนถึงบรอดเวย์มิวสิคัล



## 22. Woody



ที่มา <https://jedyuth.com/2016/12/05/first-look-at-woody-woodpecker/>

Woody เป็นตัวการ์ตูนที่เป็นทรัพย์สินมรดกของ The Walt Disney Company ภายใต้แบรนด์ Toy Story ถูกสร้างและออกแบบโดย Jim Hanks, Pete Docter, Andrew Stanton, Joe Ranft, Alec Sokolow, Joel Cohen, John Lasseter, Dan Fogelman, Will McCormack, dan Rashida Jones.

ลักษณะ Woody เป็นตุ๊กตาคาวบอยแบบดั่งเชือกแบบเก่า กล้องเสียงที่เปิดใช้งานโดยเชือกดึงพุดว้างๆ มากมาย เช่น "เอี่ยมมือไปบนฟ้า!", "คุณคือผู้ช่วยคนโปรดของฉัน!", "มีงูอยู่ในรองเท้าบูทของฉัน!" และ "ใครบางคนวางยาพิษลงในแอ่งน้ำ !" ใบหน้าของวู้ดดีมีลักษณะยาวมน มีดวงตาที่โตและเด่นสุดของใบหน้า มีจมูกที่เล็กและปากกว้าง เป็นตัวละครที่มีนิสัยน่ารัก, มีความเป็นผู้นำ, และต้องการช่วยเหลือเพื่อน มีหน้าตาที่อารมณ์เข้มข้น, มียิ้มที่เป็นเอกลักษณ์, และสีของตัวการ์ตูนสดใส มุ่งมั่นที่จะช่วยเพื่อนและรักษาความสัมพันธ์ที่ดี เป็นผู้นำและมีความคิดสร้างสรรค์ในการแก้ไขปัญหาได้ดี

Woody เป็นตัวละครที่ปรากฏครั้งแรกในภาพยนตร์เรื่อง "Toy Story" ซึ่งเป็นภาพยนตร์เต็มเรื่องแรกที่สร้างโดย Pixar Animation Studios และได้รับการเผยแพร่ในปี 1995 วงการ "Toy Story" ได้มีความนิยมอย่างมาก เนื่องจากเป็นภาพยนตร์เด็กที่มีเรื่องราวน่ารัก การออกแบบ



Woody และตัวละครอื่นๆ ใน Toy Story ได้รับแรงบันดาลใจจากการเป็นเจ้าของของของเด็กและความท้าทายที่ต้องเผชิญในโลกของของเล่น เรื่องราวของ Toy Story ยังคงดำเนินต่อมาในภาพยนตร์ต่อๆ มากมายซึ่งมีทั้งหมด 3 ภาค และวู้ดี้ได้กลายเป็นตัวละครสำคัญของ The Walt Disney Company Woody เป็นตัวการ์ตูนที่ได้รับการนำมาใช้ในการโปรโมทและโฆษณาของของเล่นเด็ก และมีการนำเสนอตัวละคร Woody ในเครื่องมือและสินค้าต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ Toy Story

### 23. Lightning McQueen



ที่มา

<http://www.boomerangshop.com/web/index.php/app/news/fnc/detail/id/2444>

Lightning McQueen ถูกออกแบบโดย Jorgen Klubie ซึ่งเป็นตัวละครที่เป็นตัวเอกของเรื่อง Cars ของ The Walt Disney Company

ชื่อของ Lightning McQueen ได้รับแรงบันดาลใจมาจาก Glenn McQueen 1 ในทีมงานการทำอนิเมชันของ Pixar ซึ่งการออกแบบของเขาได้รับแรงบันดาลใจจากรถแข่งและ นักแข่งรถ Le Mans ที่มีการแข่งขันบนความโค้งมนของสนาม Lightning McQueen ถูกออกแบบให้เหมือนกับ Chevrolet Corvette C1 ในส่วนของตัวเลข 95 ที่ติดบนรถมาจากปี 1995 ที่ออกฉายของภาพยนตร์เรื่องแรกของพิกซาร์นั่นคือ Toy Story

ลักษณะ Lightning McQueen เป็นรถแข่งสีแดงที่มีดีไซน์ที่ทันสมัยและดูดี มีปากและตาสามารถพูดได้เหมือนมนุษย์ เป็นตัวละครที่มีนิสัยร่าเริง, มีความแข็งแรง, และรักการแข่งขัน มีหน้าตาที่หล่อเหลียงและอารมณ์ดี มุ่งมั่นที่จะเป็นแชมป์และชนะการแข่งขัน เป็นนักแข่งรถชั้นนำที่มีความเชี่ยวชาญในการแข่งขัน มีความรู้ด้านเทคนิคและกลยุทธ์การแข่งขัน

โดย Lightning McQueen เป็นตัวละครที่ปรากฏครั้งแรกในภาพยนตร์แอนิเมชัน "Cars" เป็นภาพยนตร์เรื่องสุดท้ายของพิกซาร์ที่สร้างโดยอิสระ ก่อนที่พิกซาร์จะถูกซื้อกิจการโดยดิสนีย์ในเดือนมกราคม ค.ศ. 2006 ภาพยนตร์ดำเนินเรื่องอยู่ในโลกที่เต็มไปด้วยรถยนต์พูดได้แบบมนุษย์

รูปนิยมและยานพาหนะอื่น ๆ โดยเล่าเรื่องราวของรถแข่งที่มีชื่อว่า ไลท์นิง แม็คควีน กำลังเดินทางไปสู่การแข่งที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในชีวิตของเขา ซึ่ง Lightning McQueen เป็นตัวการ์ตูนที่มีการนำมาใช้ในการโปรโมทและโฆษณาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ Cars เป็นตัวละครที่มีนักแข่งจริงในวงการ NASCAR ร่วมมือในการโปรโมท Lightning McQueen เพื่อเสริมสร้างความน่าสนใจในการแข่งขันและส่งเสริมการขายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ Cars

#### 24. Loki



ที่มา

<https://www.hobbyfanclub.com/web/board/2018/k3i2nzoirepckc0wsr2l19320182911159101.jpg>

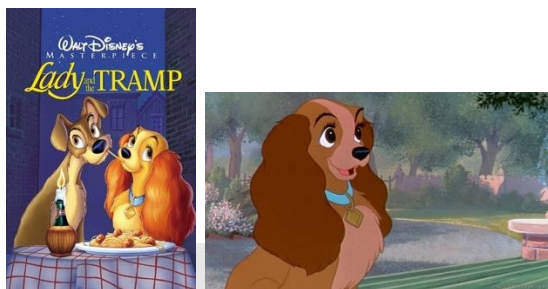
Loki เป็นตัวละครของ Marvel Comics ซึ่งเป็นค่ายที่เป็นเจ้าของ Loki ถูกสร้างและออกแบบโดย Stan Lee, Larry Lieber, และ Jack Kirby

ลักษณะ Loki ใน Live Action ลักษณะภายนอกของโลกิมีใบหน้าและร่างกายแบบมนุษย์ทั่วไปเพิ่มเติมคือ มีพลังวิเศษ แต่ลักษณะนิสัยพื้นฐานของโลกิ ที่เป็นคนเปลี่ยนใจง่าย นั้นทำให้คนดูไม่สามารถรู้ว่าในจักรวาลภาพยนตร์มาร์เวล (Marvel Cinematic Universe - MCU) เขาคือฮีโร่ หรือวายร้าย หรือ anti-her โลกิ ทั้งฉบับคอมิกและภาพยนตร์ของมาร์เวล ดัดแปลงมาจากเทพนอร์สในตำนานโดยใช้ชื่อเดียวกัน เมื่อเป็นตัวละครในจักรวาลมาร์เวล โลกิในฉบับหน้าจอกลับเป็นมากกว่าตัวละคร 'คู่ปรับ' ที่พยายามทำลาย 'ตัวเอก' เพื่อสนองความต้องการของตัวเอง มีองค์ประกอบหลายอย่างที่กลับหล่อหลอมให้โลกิฉบับ MCU ออกมามีเอกลักษณ์พิเศษแบบที่พอจะเรียกได้ว่า 'ทั้งรักทั้งชัง'

โดยตัวละครของโลกิที่ปรากฏในจักรวาล MCU มีการพัฒนาการที่สะท้อนอารมณ์ เริ่มต้นเป็นคนรักพี่น้อง แต่ลึก ๆ ก็อาจป็นน้อยอกน้อยใจที่คนรอบข้างโดยเฉพาะพ่อ (บุญธรรม) มองไปที่ธอร์มากกว่าเขา ก่อนจะพัฒนาไปเป็นพฤติกรรมปรักษ์ แล้วกลายเป็น 'วายร้าย' ที่โดดเดี่ยวและสับสนในตัวเอง และจาก 'วายร้าย' ที่ล้มเหลว โลกียังกลับเข้ามามีความสัมพันธ์ระหว่างพี่น้องและตัดสินใจแบบเด็ดเดี่ยวเพื่อคนรอบข้างได้อีกครั้ง ซึ่งกราฟพัฒนาการตัวละครลักษณะรูปโค้ง (arc - การเปลี่ยนแปลงของตัวละครจากจุดหนึ่งไปจุดหนึ่ง หากพล็อตเป็นกราฟ หลายกรณี มักนิยมออกแบบเป็นกราฟที่ค่อยๆ โค้งขึ้น เริ่มจากจุดต่ำ ไต่ระดับขึ้นไปถึงจุดพีก และคลี่คลายลง) นี่เป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ทำให้ 'โลกิ' มีเสน่ห์ดึงดูดกลุ่มแฟนมาติดตามอย่างเหนียวแน่น โดย Loki เป็นตัวละครที่น่าเสนอในหลายภาพยนตร์ของ Marvel Cinematic Universe (MCU) และมีการทำซีรีส์ภาคพิเศษของตัวละครโลกิคนเดียวที่ฉายใน Disney+



## 25. Lady



ที่มา <https://lumiere->

[a.akamaihd.net/v1/images/p\\_ladyandthetramp\\_19879\\_a178c3df.jpeg?region=0%2C0%2C540%2C810](https://lumiere-akamaihd.net/v1/images/p_ladyandthetramp_19879_a178c3df.jpeg?region=0%2C0%2C540%2C810)

Lady เป็นนักแสดงหลักจากเรื่อง "Lady and the Tramp" ถูกออกแบบโดย โจ แกรนท์ นักวาดการ์ตูนคนสำคัญของดิสนีย์ เขาได้รับแรงบันดาลใจเกี่ยวกับตัวเอกของเรื่องอย่าง 'เลดี้' มาจากสุนัขของลูกสาวซึ่งเป็นพันธุ์ค็อกเกอร์ สแปเนียล

ลักษณะตัวละครของ Lady เป็นสุนัขเพศเมีย ที่อ่อนโยนและน่ารัก มีดวงตาใหญ่ เลดี้พูดได้เหมือนมนุษย์ แต่ลักษณะภายนอกทั่วไปเป็น สุนัข โดยเลดี้ เป็นสุนัขที่มีเจ้าของเพราะมีปกคอ

เดิมทีนั้นใจนำเสนอเรื่องราวที่หมุนรอบตัว 'เลดี้' โดยมีศัตรูตัวร้ายเป็นหนู และแมวสยาม ผาแฝดของคุณป้า ซึ่งวอลต์ ดิสนีย์ สนใจคาแรกเตอร์ของเลดี้ แต่ไม่พอใจสตอรี่บอร์ดเพราะมันไม่มีจุดแตกหักที่น่าสนใจ เขาคิดว่าเลดี้น่ารักเกินไป น่าจะต้องหาสุนัขอีกตัวเข้ามาทำให้เรื่องราวชวนตื่นเต้น โปรเจกต์นี้ถูกพับไปเป็นเวลานานเพราะสงครามโลกครั้งที่ 2 ระเบิดขึ้น โดยหลังจากดิสนีย์กลับมาปิดฝุ่นโครงการนี้ในช่วงปี 1950 ก็ได้ว่าจ้างให้นายวอร์ด กรีน เป็นนักเขียนชาวอเมริกันเข้ามาร่างเรื่องราวใหม่

โดยหลังจากมี วอร์ด กรีนเข้ามา เขามีการเพิ่มสุนัขที่มีคาแรกเตอร์แข็งแกร่งเข้าไปคือแตรมปี เนื้อหาไฟกัศการผจญภัยของเลดี้ สาวอ่อนหวานจากบ้านที่เปรียบพร้อม กับแตรมปี หมาจรจัดที่ปราดเปรียวไม่เกรงใจใคร ด้วยความที่เนื้อหาทั้งหมดถูกเขียนขึ้นใหม่ทำให้การสร้างฉากหลังของเรื่อง รวมไปถึงบรรยากาศเมืองทั้งหมดถูกจินตนาการโดยทีมงานของดิสนีย์

โดยขึ้นในตำนานที่เป็นภาพจำของอนิเมชันเรื่องนี้ก็คงนี้ไม่พ้นจาก กินสปาเกตตีมีทบอล จานดังที่กลายเป็นสื่อรกระหว่างเลดี้กับแตรมปี ถูกออกแบบโดยแฟรงค์ โทมัส แอนิเมเตอร์คนสำคัญของสตูดิโอ ซึ่งมันไม่ใช่ขึ้นทั่วไปที่นำเสนอการทานอาหารของสุนัขแต่บอกเล่าความรู้สึกที่ลึกซึ้งยิ่งกว่า

## 26.Tramp



ที่มา <https://mbaile27.files.wordpress.com/2014/09/tramp1tramp.png>

Tramp เป็นนักแสดงหลักจากเรื่อง "Lady and the Tramp" ถูกออกแบบโดย วอร์ด กรีน ต้นแบบมาจากสุนัขจริงที่นักเขียนคนหนึ่งของดิสนีย์บังเอิญไปเจอเข้า สุนัขตัวนี้จึงถูกรับเลี้ยงและได้ใช้ชีวิตอยู่ที่ดิสนีย์แลนด์ไปตลอดชีวิตซึ่งแตรมปีเป็นสุนัขพันธุ์ทาง

หลังจากใจ แกรนท์ เพื่อนร่วมงานของวอลต์ ดิสนีย์ผู้ออกแบบ Lady ลาออกจากสตูดิโอไป วอลต์ ดิสนีย์ก็ได้จ้างให้ วอร์ด กรีน เขียนนิยายเรื่องใหม่โดยนำสุนัขทั้งสองมาผูกเป็นเรื่องราวเดียวกันโดยใส่แกนกลางเรื่องรักต่างชนชั้นเข้าไป กลายเป็นเรื่องราวที่โรแมนติกที่สุดเท่าที่ดิสนีย์เคยเขียนมา แอนิเมชันก่อนหน้านี้บอกแค่ที่ว่าเจ้าหญิงเจ้าชายจะต้องตกหลุมรักกัน แต่ทรามวัยกับไอ้ตูบ โฟกัสไปที่การเล่าเรื่องให้คนดูได้เข้าใจว่าความรักเกิดขึ้นได้อย่างไร

ลักษณะตัวละครของ แตรมปี เป็นสุนัขที่สามารถพูดเหมือนมนุษย์ได้ มีดวงตาที่ใหญ่เกินจริง มีนิสัยที่แข็งแกร่งและปราดเปรียวไม่เกรงใจใครซึ่งในเรื่องแตรมปีเป็นสุนัขจรจัดที่นำสงสารโดยแอนิเมชันเรื่องนี้ยังสะท้อนความเป็นจริงของสังคมเช่นปัญหาสุนัขจรจัด การกำจัดสุนัขที่ไม่มีใครรับไปเลี้ยงดู อีกทั้งในเรื่องยังมีบรรดาสุนัขพันธุ์ต่างๆ ที่มี ลักษณะนิสัย รวมไปถึงสำเนียงการพูดที่ต่างกัน มีทั้งสุนัขพันธุ์ชิวาว่าที่พูดจาติดสำเนียงเม็กซิกัน อิงลิช บูลด็อกที่พูดภาษาอังกฤษสำเนียงผู้ดี หรือสุนัขตัวใหญ่โอฮาที่พูดจาด้วยสำเนียงแบบรัสเซีย การออกแบบตัวละครให้พูด

สำเนียงต่างกันไม่ได้มีความตั้งใจเพื่อนำเสนอความหลากหลาย แต่เป็นการเพิ่มสีสันให้คนดูรู้สึกสนุกไปกับตัวละครที่ไม่ได้พูดอังกฤษแบบอเมริกัน

## 27. Legoshi



ที่มา <https://beastars.fandom.com/wiki/Legoshi>

Legoshi เป็นตัวละครของอนิเมะเรื่องBeastars ถูกสร้างขึ้นโดย Paru Itagaki แรغبันดาลใจในการสร้างตัวละครของเธอมาจาก Mathieu Amalric โดยครั้งแรกที่เขาเห็นงานของนักแสดงผ่านLe Scaphandre et le papillonซึ่งเป็นภาพยนตร์ที่ Mathieu Amalric เล่นเป็นตัวละครที่เป็นอัมพาต ซึ่งเป็นอิทธิพลสำคัญในการอธิบายบุคลิกที่เงียบสงบของ Legoshi โดยผู้ชมสามารถรับข้อความและอารมณ์ของเขาผ่านสายตาเท่านั้น นี่จึงเป็นแรงบันดาลใจให้ในมังงะ เลโกชิมีลักษณะเงียบขรึม เมื่อมองผ่านสายตาของตัวละคร แต่ในอนิเมชันมีการปรับเปลี่ยนเล็กน้อยเพื่อให้เข้ากับกลุ่มคนวัยรุ่นโลกิ จึงมีความเท่มากขึ้นและไม่เงียบขรึมตลอดเวลา

ลักษณะของตัวละคร เลโกชิเป็นหมาป่าสีเทาตัวสูงและผอมเพรียว มีร่างกายเหมือนมนุษย์ มีนิ้วมือและนิ้วเท้า รวมถึงการใช้ชีวิต แต่ยังมีใบหน้าที่เป็นหมาป่าและมีหางอยู่ ซึ่งขนาดและความสูงของเขาสามารถทำให้เขาดูสง่างามโดยเฉพาะเมื่ออยู่กับสัตว์กินพืชที่มีขนาดเล็กกว่า ขนบนตัวส่วนใหญ่เป็นสีเทาอมฟ้า ส่วนขนบนใบหน้า ลำคอ และหน้าอกเป็นสีครีม

แม้ว่าเขาจะดูคล้ายกับหมาป่าสีเทาเลือดบริสุทธิ์ทั่วไป แต่ก็มี การเปิดเผยในภายหลังในซีรีส์ว่า เลโกชิมีลักษณะผิดปกติเล็กน้อยเนื่องจากบรรพบุรุษของเขา ลักษณะบางอย่าง เช่น ดวงตา โครงสร้างใบหน้า และกิริยาท่าทาง เป็นสิ่งที่เขาได้รับสืบทอดมาจากปู่ของเขา ซึ่งเป็นมังกรโคโมโด ก่อนที่จะเป็นวัยรุ่น เมื่อซีรีส์ดำเนินไป รูปลักษณ์ของเลโกชิก็เปลี่ยนไปเล็กน้อย การเปลี่ยนแปลงบางอย่างเกิดขึ้นชั่วคราวในขณะที่การเปลี่ยนแปลงบางอย่างเป็นแบบถาวร ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการบาดเจ็บทางร่างกาย ส่วนลักษณะนิสัยของ เลโกชิเป็นหมาป่าสีเทาที่พูดจานุ่มนวล ถ่อมตัว และสุภาพ มีจิตใจที่ใจดีและมีบุคลิกที่อ่อนโยน ซึ่งตรงกันข้ามกับรูปลักษณ์ที่น่ากลัวของเขา เขามักจะพยายามซ่อนลักษณะที่น่าสะพรึงกลัวของตัวเอง เช่น เขี้ยว เพื่อทำความรู้จักกับเพื่อน สัตว์กินพืชให้มากขึ้น เลโกชิตระหนักดีถึงการมีอยู่ของตัวเองและมักจะทำในสิ่งที่ทำได้เพื่อดูถูกตัวเอง สิ่งนี้สามารถเห็นได้จากท่าทางและกิริยาท่าทางของเขาเนื่องจากเขามักจะงอตัวเมื่อยืนหรือนั่ง

อนิเมชัน Beastars เป็นเรื่องการ์ตูนญี่ปุ่นที่เริ่มต้นตีพิมพ์ในปี 2016 โดยปารุ อิதாகากิ (Paru Itagaki) มีการตีพิมพ์ทั้งในรูปแบบการ์ตูน (manga) และได้ถูกทำเป็นซีรีส์อนิเมชัน การออกแบบ Legoshi ทำขึ้นเพื่อแสดงถึงความซับซ้อนของความสัมพันธ์ระหว่างสัตว์และมนุษย์ Legoshi และตัวการ์ตูน "Beastars" เป็นตัวละครที่ได้รับความนิยมมากในวงการแฟนอาร์ต มีการใช้ตัวละคร Legoshi ในโฆษณาและโปสเตอร์ที่เกี่ยวข้องกับการ์ตูน "Beastars" เพื่อโปรโมทและนำเสนอผลงานนี้

## 28. Lucas the Spider



ที่มา <https://www.creativecitizen.com/lucas-the-spider/>

Lucas ออกแบบโดย Josua Slice อะนิเมเตอร์ผู้รับผิดชอบในกระบวนการออกแบบตัวละครในหนังอะนิเมชัน ซึ่งผลงานที่ผ่านมาเช่น Big Hero 6 และ Zootopia เขาได้แรงบันดาลใจจากการที่ได้เห็นแมงมุมตาโตตัวหนึ่งกำลังกระโดดไปมาอยู่บนใบไม้ ซึ่งเขามองว่ามันน่ารักมาก และก็นำเอาแมงมุมตัวนั้นมาสร้างเป็นตัวการ์ตูนอะนิเมชันที่น่ารักตามที่เขาเห็นในปัจจุบัน

ลักษณะของ Lucas คือแมงมุมน้อยตัวจิ๋วตาโต ขนยาว อ้วนเท่าเด็ก และมีการเคลื่อนไหวที่น่าเอ็นดู เช่นเดียวกับเสียงใสไร้เดียงสาที่ได้ จากหลานชายวัย 5 ขวบ ของเขาเองมาเป็นคนพากย์เสียง หลังจากที่ Slice ปล่อยอะนิเมชันชิ้นแรกขนาดความยาวเพียง 20 วินาที ออกมาผ่านทางช่องทาง YouTube เพื่อที่จะแนะนำตัวของ Lucas ให้ผู้คนได้รู้จัก เจ้าแมงมุมน้อยตัวนี้ก็ได้รับเสียงตอบรับจากชาวเน็ตอย่างท่วมท้น จน Slice ต้องทำอะนิเมชันในขนาดความยาวใกล้เคียงกันตามออกมาอีก 3-4 ชิ้น ทั้งตอนที่ Lucas มาเกาะอยู่ตรงหน้าต่างหวังอยากให้คนในบ้านเปิดรับเข้าไปผิงไฟอุ่นๆในบ้าน และตอนที่ Lucas เล่นสนุกเล่นเผลออยู่ตัวเดียวในอ่างล้างหน้าสีขาว ซึ่ง



ทั้งหมดก็ทำเอาชาวเน็ตแทบคลั่งกับความน่ารักของเจ้าแมงมุมน้อยตัวนี้ จนถึงกับมีกระแสเรียกร้องให้ Pixar เอาไปพัฒนาทำเป็นหนัง

ซึ่งบางคอมเมนต์ของหลายคนก็ปรากฏอยู่ในเว็บไซต์ต่างๆ พุดเป็นเสียงเดียวกันว่าตัวเองเป็นคนกลัวแมงมุมมาก แต่พอได้รู้จัก Lucas ความกลัวที่ว่าก็เริ่มจะหายไป และเริ่มเห็นความน่ารักของสัตว์โลกชนิดนี้ขึ้นแล้ว จริงๆ แล้ว นี่เป็นหนึ่งในจุดประสงค์ของ Slice เหมือนกัน เพราะเขาตั้งใจไว้ว่า หากเขาทำให้คนหลงรัก Lucas ได้ Lucas ก็น่าจะทำให้หลายคนที่เป็นโรคกลัวแมงมุม (Arachnophobia) มีอาการและทัศนคติต่อแมงมุมที่ดีขึ้นได้เช่นกัน คนกับแมงมุมจะได้อยู่ร่วมโลกกันได้อย่างสันติ

## 29. Luca



ที่มา <https://thestandard.co/luca/>

Luca เป็นตัวละครหลักในเรื่อง Luca ออกแบบโดย Enrico Casarosa สร้างโดย พิกซาร์ แอนิเมชันสตูดิโอ โดยอนิเมชันดำเนินเรื่องใน อิตาเลียนริเวียรา โดยเล่าเรื่องราวของ ลูก้า พาฏิโร ที่เป็นสัตว์ประหลาดทะเลหนุ่มมีความสามารถในการแปลงร่างเป็นมนุษย์ขณะอยู่บนบก เขาออกสำรวจเมืองปอร์โตรอสโซกับเพื่อนรักคนใหม่ของเขา อัลเบอโรโต สคอร์ฟาโน ซึ่งทั้งสองคนสัมผัสประสบการณ์การผจญภัยในฤดูร้อนที่เปลี่ยนแปลงชีวิต

ลักษณะตัวละคร Luca เป็นเด็กชายหนุ่มอายุ 12 ปี เมื่ออยู่ใต้น้ำ ลูก้า จะเป็นสัตว์ประหลาดทะเล ซึ่งทางทีมงานได้ทำการรวบรวมงานวิจัยจากวัฒนธรรมอิตาลีและสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องสัตว์ประหลาดแห่งท้องทะเลในประเทศอิตาลีบริเวณนั้น รวมถึงตำนานพื้นบ้านและคติชนวิทยาของอิตาลีทำให้ ลักษณะภายนอกของลูก้าในขณะที่เป็นสัตว์ประหลาดคือ ในหน้ามีดวงตากลมโต มีจมูกเล็กและปากที่ใหญ่ มีหูที่เป็นคลื่นร่างกายคล้ายเงือกแต่มีมือและขาเป็นพังผืด มีหางที่ช่วยทำให้ว่ายน้ำได้ แต่เมื่อลูก้าอยู่บนบก ลูก้ามีลักษณะเหมือนเด็กทั่วไป มีใบหน้าที่กลมตาโตและปากกว้างน่ารักน่าเอ็นดู Luca เป็นอนิเมชันที่ปล่อยในปี 2021 โดยผู้กำกับ Enrico

Casarosa เป็นเรื่องเกี่ยวกับบทเรียนเรื่องการเติบโตของ Luca ในซีรีส์โลกใต้ทะเลของ Italia Riviera ได้รับการยอมรับจากผู้ชมในทั่วโลกเนื่องจากเรื่องราวที่น่ารักและภาพแอนิเมชันที่สวยงาม

### 30. Lisa Simpson



ที่มา [https://th.wikipedia.org/wiki/ลิซา\\_ซิมป์สัน](https://th.wikipedia.org/wiki/ลิซา_ซิมป์สัน)

Lisa Simpson เป็นตัวละครในเรื่อง The Simpsons ออกแบบตัวละครโดย แม็ท เกรนิง ซึ่งเขาออกแบบลิซ่าในขณะที่กำลังพบกับ James L. Brooks โดยในตอนนั้นถูกชวนให้มาเสนอไอเดียและสร้างซีรีส์การ์ตูนสั้นจากคอมิกของเกรนิงเองเรื่อง Life in Hell แต่สุดท้ายกลายเป็นการสร้างตัวละครใหม่ทั้งหมด เกรนิงตั้งชื่อลิซ่าตามน้องสาวของเกรนิงเองที่ชื่อว่า ลิซ่า เกรนิง บาร์เทิลท์ (Lisa Groening Bartlett) หลังจากครอบครัวซิมป์สัน ปรากฏตัวใน The Tracey Ullman Show เป็นเวลาสามปี ครอบครัวซิมป์สันก็ได้ย้ายออกมาเป็นซีรีส์แยกของตัวเองในชื่อ เดอะซิมป์สันส์ โดยฟ็อกซ์ ซึ่งเปิดตัวตอนแรกเมื่อ 17 ธันวาคม 1989

ลักษณะ Lisa Simpson ภายนอกใบหน้ามีดวงตาโตที่เด่นชัดซึ่งทำให้น่าเอ็นดู ถึงแม้หน้าตาและทรงผมจะฉลาดที่สำคัญมีร่างกายที่เป็นสีเหลืองเนื่องจาก แม็ท เกรนิง ต้องการทำครอบครัวประหลาดนี้ให้มีคาแรกเตอร์ชนิดหลุดโลกด้วยสีประหลาด ซึ่งเขาก็ได้เลือกจากการใช้ทฤษฎีของสี ทำให้ครอบครัว Simpson ออกมาตัวสีเหลืองทั้งหมด โดยนิสัยทั่วไปของลิซ่าถือเป็นตัวละครที่ฉลาดเฉลียว มีความหลงใหล และเป็นศูนย์กลางทางศีลธรรมของครอบครัวซิมป์สัน เธอเป็นลูกคนที่สองจากสามของโฮเมอร์กับมาร์จ เป็นน้องสาวของบาร์ต และเป็นพี่สาวของแม็กก็มีความฉลาดและจุดยืนทางการเมืองแบบเสรีนิยมที่ชัดเจนในตัวลิซ่าส่งผลให้เธอมีเส้นกั้นระหว่าง

เธอและเด็กคนอื่น ๆ ในวัยเดียวกัน เธอจึงมีลักษณะค่อนข้างไปทางคนรักสันโดษและหลีกเลี่ยงสังคม ลิซาทันมาทานมังสวิรัตตั้งแต่อายุชั้นที่ 7 และหันมานับถือศาสนาพุทธตั้งแต่อายุชั้นที่ 13 จนถึงปัจจุบัน ลิซาแสดงจุดยืนทางเสรีนิยมของตนเองอย่างชัดเจนและทุ่มเทตนให้กับการช่วยเหลือทางการเมือง (เช่น แสดงตนอยู่ข้างการเคลื่อนไหวเรียกร้องเอกราชของทิเบตจากประเทศจีน) ซึ่งมักผลักดันให้เธอเป็นปฏิบัติต่อคนหมู่มากในสปริงฟีลด์บ่อยครั้ง นอกจากนี้เธอยังเป็นนักอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมด้วย ในเวลาว่าง ลิซามักอ่านหนังสือและยังมีความสุขกับการเป่าบาริโตนแซกโซโฟน ซึ่งมักทำให้โฮเมอร์รำคาญอยู่บ่อยครั้ง

โดยตัวละคร Lisa ได้ถูกที่วี โกดี้ ได้จัดอันดับลิซากับบาร์ตไว้ที่อันดับ 11 ของ 50 ตัวการ์ตูนที่ยอดเยียมที่สุดตลอดกาล (Top 50 Greatest Cartoon Characters of All Time) ส่วนความเป็นนักอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของเธอนั้นได้รับการยอมรับอย่างฉันทลามา เดอะซิมป์สันส์หลาย ๆ ตอนที่มิลิซาแสดงบทบาทในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ได้รับรางวัล Genesis และ Environmental Media Awards รวมถึงรางวัลพิเศษ "Board of Directors Ongoing Commitment Award" เมื่อปี 2001 และลิซายังมีชื่อในรายชื่อ "ตัวละครโทรทัศน์ที่เป็นมิตรกับสัตว์มากที่สุดตลอดกาล" (Most Animal-Friendly TV Characters of All Time) จาก People for the Ethical Treatment of Animals ส่วนนักพากย์เสียงของลิซา Yeadley Smith ได้รับรางวัล Primetime Emmy Award สาขา การพากย์เสียงยอดเยี่ยมโดดเด่น เมื่อปี 1992 ครอบครัวยังมีชื่อ รวมถึงลิซา ได้รับการประดับดาวบนฮอลลีวูด วอล์ค ออฟ เฟม ในปี 2000

### 31. Donkey



ที่มาจาก

<https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Ftwitter.com%2Fziconizuka%2Fstatus%2F10625303839153>

Donkey เป็นตัวละครในภาพยนตร์แอนิเมชัน "Shrek" สร้างขึ้นโดย วิลเลียม สเตก และ ดัดแปลงโดยตรีมเวิร์คส์แอนิเมชัน

ลักษณะ Donkey มีลักษณะภายนอกที่เป็นลาที่สามารถพูดคุยได้เหมือนมนุษย์ โดยรูปร่างหน้าตาของเขาจำลองมาจากลาจิวชื่อเพอร์รี เขามีขนสีเทา ดวงตาสีน้ำตาล และแผงคอสีดำ ดองกี้ก็เป็นเพื่อนสนิทและเป็นเพื่อนที่ดีที่สุดของเชิร์ค ในฐานะตัวละครบรรเทาทุกข์ของซีรีส์นี้ Donkey ได้รับการยกย่องจากนักวิจารณ์ในเรื่องไหวพริบ ไหวพริบ และอารมณ์ขัน เนื่องจากตามนิทานพื้นบ้านลาทำหน้าที่เป็นคนโง่ที่เปิดเผยความโง่เขลาของตัวละครอื่นๆ ซึ่งเป็นตัวอย่างที่มาจาก A Midsummer Night's Dream แต่ในเรื่อง "Shrek" ดองกี้ เปรียบเสมือนจุดเด่นของภาพยนตร์เรื่องนี้ เขาเป็นตัวแทนของภูมิปัญญาโดยสัญชาตญาณหรือ "ความรู้จากสัญชาตญาณ" ที่จำเป็นต่อการช่วยเหลือทั้งเชิร์คและฟีโอน่า ด้วยความนิสัยของเขาทำให้ละลายพฤติกรรมของเชิร์คเพื่อให้เขาเข้ากับผู้อื่นได้ดีขึ้นรวมถึงการจับผู้หญิง

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากถูกพากย์เสียงโดย Eddie Murphy ทำให้ Donkey ถูกมองว่ามีความคล้ายคลึงกับเพื่อนสนิทผิวดำที่จับคู่กับดาราดำผิวดำในภาพยนตร์เช่น Lethal Weapon (1987) และ Die Hard (1988) โดยตัวละครของกึ่งถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่าวาดแบบเหมารวมทางเชื้อชาติของชาวแอฟริกันอเมริกัน ทั้งในฐานะเพื่อนสนิทและเนื่องจากบุคลิกขี้ขลาดและตลกขบขันของเขา ความจริงที่ว่าเอ็ดดี้ เมอร์ฟีถูกคัดเลือกให้เป็น "ทาส" สัตว์พาหนะถูกประณามเนื่องจากการเหยียดเชื้อชาติ แต่เสียงวิพากษ์วิจารณ์นี้ก็ไม่ได้มีผลกระทบร้ายแรงเพราะก็ยังมีคนที่ชื่นชอบและคลั่งไคล้เจ้าลาดของกัตัวน

### 32.Rocket Raccoon



ที่มา <https://dcmarvelthailand.wordpress.com/portfolio/rocket-raccoon/>

Rocket Raccoon สร้างโดยนักเขียน Bill Mantlo และศิลปิน Keith Giffen ตัวละครนี้ปรากฏตัวครั้งแรกใน Marvel Preview #7 (กรกฎาคม 1976) เขาเป็นอเวนเจอร์และเป็นสมาชิกของการ์เดียนส์ออฟเดอะกาแล็กซี่ ซึ่งเป็นทหารรับจ้างอวกาศและเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านอาวุธ

ร็อคเก็ต แรคคูน มาจากดาวที่มีชื่อว่า Halfworld ซึ่งเป็นสถานที่ที่มีการตัดต่อพันธุกรรมสัตว์เพื่อให้พวกมันทำหน้าที่ดูแลผู้ป่วย แล้วจึงย้ายสถานคุมขังไปอีกด้านของดาวเคราะห์และพยายามจัดตั้งอุตสาหกรรมหนักขึ้นเพื่อสร้างอะไรบางอย่าง ทำให้ดาวดวงนี้มีครึ่งหนึ่งเป็นป่าเขียวชอุ่มและอีกครึ่งหนึ่งเป็นสังคมอุตสาหกรรม โดยบาดแผลบนร่างกายของร็อคเก็ต แรคคูน ซึ่งปรากฏในภาพยนตร์ Guardians of the Galaxy มาจากการที่แรคคูนถูกจับมาผ่าตัดเพื่อให้ความสามารถในการเดินได้สองขาเหมือนมนุษย์และทำการทดลองเพื่อตัดแปลงพันธุกรรม

ลักษณะ Rocket Raccoon ใน Live Action ไม่ใช่แรคคูนธรรมดาทั่วไป แต่เป็นแรคคูนที่ถูกหุ่นยนต์นำมาดัดแปลงพันธุกรรมเพื่อใช้ในการรักษาผู้ป่วย จนทำให้แรคคูนธรรมดากลายเป็นแรคคูนที่พูดได้ เดินได้เหมือนมนุษย์ ฉลาดเฉลียวฉลาด และมีความสามารถมากมาย ซึ่งรูปลักษณ์ภายนอกของเขาจะเป็นแรคคูน แต่ร็อคเก็ต แรคคูน ก็เป็นแรคคูนที่มีเสน่ห์และสามารถชักชวน

หญิงสาวมากมายให้มามีความสัมพันธ์กับเขาได้ ซึ่งพาหนะประจำกายของ ร็อคเก็ต แรคคูน คือสเก็ตบอร์ด ที่ไม่ใช่สเก็ตบอร์ดธรรมดาทั่วไปแต่ทำให้เขาเคลื่อนที่ในอากาศได้

โดย Marvel ต้องการให้ร็อคเก็ต แรคคูน เป็นตัวละครที่มีความสมจริง ที่มันงานจึงต้องศึกษาพฤติกรรมและการใช้ชีวิตของเจ้าแรคคูนตัวหนึ่งที่มีชื่อว่า Oreo เพื่อให้สร้างตัวละครนี้ออกมาได้เป็นอย่างดีเป็นธรรมชาติมากที่สุดแต่ในปัจจุบันเจ้าแรคคูน Oreo ที่เป็ต้นแบบให้แก่ Rocket Raccoon ได้เสียชีวิตลงแล้ว

### 33.Raya



ที่มา

[https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.tnews.co.th%2Fsocial%2Fsocial-news%2F587968&psig=AOvVaw0qLCAINbD\\_ST0KFUpRlm2L&ust](https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.tnews.co.th%2Fsocial%2Fsocial-news%2F587968&psig=AOvVaw0qLCAINbD_ST0KFUpRlm2L&ust)

Raya เป็นตัวละครของแอนิเมชันเรื่อง Raya and the Last Dragon ออกแบบโดย Dean Wellins ซึ่งเปิดเผยว่า ญาญ่าคือแรงบันดาลใจของการดีไซน์คาแรคเตอร์ตัวละคร และยังมีคนไทยอย่าง ฟน-ประสานสุข วีระสุนทร ได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในผลงานครั้งสำคัญในครั้งนี้ซึ่งเธอได้รับหน้าที่เป็นผู้สร้างสรรค์เรื่องราว (Head of Story) ของ “Raya and the Last Dragon” หรือในชื่อภาษาไทยที่ว่า “รายาและมังกรตัวสุดท้าย”

ลักษณะ Raya มีลักษณะหน้าตาเป็นหญิงชาวเอเชีย ซึ่งผู้ออกแบบคาแรคเตอร์ก็เพิ่มดวงตาที่กลมโตเป็นเอกลักษณ์แต่มีดวงตาเป็นสีดำซึ่งต่างจากเจ้าหญิงตัวอื่นๆในดิสนีย์ โดยเธอจะแต่งกายที่มีความผสมผสานระหว่างไทย ลาว กัมพูชา และเวียดนาม เนื่องจากแอนิเมชันเรื่องนี้ได้รับแรงบันดาลใจมาจากจากความเชื่อและวัฒนธรรมของแถบเอเชีย ซึ่งทางดิสนีย์ได้ตั้งชื่อตัวละครหลักที่เป็นภาษาไทยเพื่อแสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมด้านภาษาโดยคำว่า รายา ความหมายว่าเจ้าแผ่นดิน นอกจากนี้ยังมีตัวละครที่ชื่อ ตูกตูก, น้อย, บุญ และทอง

ถึงแม้ว่า รายา จะไม่ใช่เจ้าหญิงชาวเอเชียคนแรก เนื่องจากมีมู่หลานที่ได้รับแรงบันดาลใจจากประเทศจีนแต่นั้นก็ไม่เพียงพอที่จะดึงดูดชาวเอเชียมากนักและเจาะตลาดได้เพียงบางกลุ่มเท่านั้น แต่เมื่อเทียบกับจำนวนประชากรเอเชียตะวันออกเฉียงใต้พบว่ามีประมาณ 670 ล้านคน ดังนั้นรายาจึงเป็นแอนิเมชันที่ไม่ได้แรงบันดาลใจจากประเทศใดประเทศหนึ่ง แต่เป็นตัวแทนของประชากรทั้งภูมิภาค

#### 34.Rapunzel



ที่มา [https://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/6/6a/Rapunzel\\_tangled.png](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/6/6a/Rapunzel_tangled.png)

Rapunzel ที่ผู้วิจัยนำมาในการวิจัยครั้งนี้เป็นคาแรคเตอร์จากอนิเมชันเรื่อง Tangled ซึ่งเนื้อเรื่องและคาแรคเตอร์ออกแบบโดย เกล็น คีน จากค่าย Disney โดยมีพื้นฐานมาจากตัวละครชื่อเรื่องในเทพนิยายชื่อเดียวกันที่ตีพิมพ์โดยพี่น้องกริมม์ แต่ตัวละครในเรื่องนี้ได้รับการดัดแปลงบ้างเล็กน้อย

ลักษณะ Rapunzel ในเวอร์ชันนี้มีใบหน้าสั้น ตากลมโต จมูกเล็ก ริมฝีปากเล็ก และมีสีผมทองและผมยาวมา ซึ่งเป็นจุดเด่นของเธอ โดย Rapunzel เป็นตัวละครที่ร่าเริงและกล้าหาญกว่าในเทพนิยาย ทำให้เป็นแอนิเมชันที่มีความตลกและน่ารักเพราะนิสัยของเธอทำให้เนื้อเรื่องชวนน่าติดตาม ส่วนชุดของเธอคือชุดกระโปรงยาวที่บางกลุ่มคนดูอาจจะมองว่ามันค่อนข้างไม่สะดวกและมีความเป็นผู้หญิง แต่ราพันเซล ในเรื่องนี้สามารถทำให้คนดูมองเปลี่ยนไปเพราะเธอทั้งวิ่ง ปีนป่าย ต่อสู้ ด้วยชุดกระโปรงชุดนี้

โดยเบื้องต้น มีการโฆษณาภาพยนตร์เรื่องนี้โดยใช้ชื่อว่า Rapunzel Unbraided (ราพันเซลไม่ได้ถักเปียนะ) แล้วเปลี่ยนเป็น Rapunzel (ราพันเซล) แต่ทางดิสนีย์ก็เห็นว่าถ้าใช้ชื่อ Rapunzel จะไม่ลွ่งใจเด็กหนุ่มมาชมดู ดิสนีย์จึงเปลี่ยนชื่อภาพยนตร์เรื่องใหม่อีกครั้ง จาก Rapunzel เป็น Tangled (อินุ่ตุงนัง) โดยคาดว่าน่าจะลွ่งใจทั้งหญิงทั้งชายมากขึ้น และจะได้เน้นย้ำบทบาทของฟลิน ไรเดอร์ พระเอกของเรื่อง มากขึ้น

### 35. Red Queen



ที่มา <https://www.naiin.com/product/detail/199559>

Red Queen ที่ผู้วิจยนำมาเป็นตัวละครจากเรื่อง Alice in wonderland(Live Action) ซึ่งแสดงโดย เฮเลนา บอนแฮม คาร์เตอร์ เป็นภาพยนตร์ผจญภัยแฟนตาซีของอเมริกาที่ออกฉายในปี พ.ศ. 2553 กำกับโดยทิม เบอร์ตัน จัดจำหน่ายโดยวอลต์ดิสนีย์พิกเชอส์ โดยดัดแปลงมาจากภาพยนตร์แอนิเมชันชื่อเดียวกันของดิสนีย์ในปี พ.ศ. 2494 ซึ่งเป็นส่วนต่อขยายของวรรณกรรมชุดอลิซท่องแดนมหัศจรรย์ และ กระจกทมิฬ ซึ่งภาพยนตร์ได้ใช้เทคนิคการตัดต่อผสมระหว่างการแสดงจริงและแอนิเมชัน

ที่มาของการสร้างราชินีแดงที่เห็นปัจจุบันนั้นเริ่มมาจาก ตัวละครราชินีหัวใจปรากฏตัวขึ้นก่อนในนิยายเล่มแรกคือ Alice's Adventures in Wonderland ตีพิมพ์ในปี 1865 บุคลิกของราชินีพระองค์นี้คือหัวร้อนอารมณ์ร้าย เธอควบคุมตัวเองไม่ได้และเป็นเหมือนตัวแทนของความโกรธ หากมองไปที่ต้นฉบับของลูอิส แครร์รอล ตัวละครเดียวที่พอจะเตือนสติของราชินีได้คือพระราชินีสงบเสียงมากกว่า เธอจึงโกรธมากเมื่อพบว่าอลิซกล้ำลูกขึ้นมาตั้งคำถามต่อการกระทำต่างๆ ของราชินี ในขณะที่ราชินีสีแดง (Red Queen) เป็นตัวละครที่ปรากฏขึ้นในนิยายเล่มที่ 2



Through the Looking-Glass, and What Alice Found There ผลงานเล่มนี้ตีพิมพ์ช้ากว่าเล่มแรก ประมาณ 6 ปี แทนที่อลิซจะเจอกับราชินีหัวใจจากสารไฟฟ์ เธอกลับเจอกับคู่ปรับคนใหม่มีลักษณะเป็นตัวหมากรุกสีแดง ในนิยายเรื่องนี้ราชินีสีแดงมีบุคลิกเย็นชา เจ้าระเบียบ ขาดความเห็นอกเห็นใจอย่างร้ายกาจ ประโยคเด็ดของราชินีสีแดงคือ “ราชินีไม่เคยต่อรอง” ในขณะที่ประโยคเด็ดของราชินีหัวใจเป็นอะไรที่ติดหูมากกว่านั่นก็คือ “ตัดหัวเธอซะ!”

โดยทิม เบอร์ตัน ต้องการเล่าเรื่องของอลิซให้สื่อสารเชื่อมโยงถึงผู้ชมยุคปัจจุบัน จึงนำบุคลิกของราชินีสีแดงและราชินีหัวใจมาผสมไว้ด้วยกัน ยิ่งกล่าวถึงเบื้องหลังว่าราชินีพระองค์นี้มีชื่อเดิมคืออิราชเบธแห่งคริมซ์ เธอเป็นเจ้าหญิงรัชทายาทแต่กลับเจออุบัติเหตุร้ายแรง เคยล้มหัวฟาดทำให้หัวของเธอโตขึ้นอย่างผิดปกติตามมาด้วยความผิดปกติทางสมองทำให้ไม่สามารถควบคุมอารมณ์ได้ ในงานสวมมงกุฎของอิราชเบธ มงกุฎองค์เล็กไม่สามารถวางลงบนหัวของเธอได้อย่างพอดีทำให้ผู้คนในงานพากันหัวเราะ อิราชเบธระบายความโกรธต่อหน้าประชาชน ทำให้บิดาของเธอตัดสินใจยกบัลลังก์ให้น้องสาว (ซึ่งต่อมาคือราชินีสีขาวยุคใหม่) อิราชเบธจึงฉกฉวยความรักจากทุกคน ทำให้เธอกลายเป็นผู้นำที่โหดร้าย มองกันจากบุคลิกของราชินีในเวอร์ชันไลฟ์ แอคชั่น เธอดูคล้ายกับราชินีหัวใจในบทประพันธ์ของแคร์รอลมากกว่า แม้ชื่อของราชินีในภาคนี้จะถูกเรียกว่าราชินีสีแดง แถมฉากการยกทัพปะทะกันระหว่างพี่น้องยังเกิดขึ้นบนพื้นที่มีลักษณะคล้ายตารางหมากรุก

ลักษณะในการออกแบบคาแรกเตอร์ของทิม เบอร์ตัน คือเขาสร้างให้ราชินีสีแดงมีขนาดตัวที่เล็ก แต่กลับมีหัวที่ใหญ่ เราคาดว่าแรงบันดาลใจเบื้องหลัง อาจมาจากตัวละครอีกตัวในหนังสือต้นฉบับ นั่นคือท่านดัชเชส (The Dutchess) ซึ่งได้รับการบรรยายว่า “มีใบหน้าอัปลักษณ์ แถมยังตัวเตี้ย คางของดัชเชสอยู่ที่ระดับป่าของอลิซพอดี” ทุกวันนี้ตัวละครราชินีสีแดงและราชินีหัวใจแทบจะกลายเป็นตัวละครที่ผสมรวมกันจนยากจะแยกขาด สีแดงซึ่งเป็นสัญลักษณ์ร่วมกันทั้งสอง ไม่ว่าจะป็นราชินีแห่งสารไฟฟ์หรือตารางหมากรุก ล้วนสื่อถึงอารมณ์ที่รุนแรงซึ่งถูกแสดงออกในแง่มุมที่แตกต่าง นั่นทำให้ราชินีทั้งสองเป็นสัญลักษณ์ของสตรีผู้ทรงอำนาจในโลกของอลิซ และเป็นสิ่งที่เด็กหญิงผู้รักอิสระต้องข้ามผ่านไปให้ได้

## 36. Russell



ที่มา <https://movies.disney.co.th/up/characters>

Russell เป็นตัวละครในอนิเมชันจากเรื่อง Up ออกแบบคาแรคเตอร์และแอนิเมชันโดย Pete Docter สร้างภายใต้ Pixar Animation Studios และถูกเผยแพร่โดย Walt Disney Pictures

ลักษณะของตัวละคร Russell มีรูปลักษณ์ที่เป็นเด็กอ้วนโดยใบหน้าของ Russell มีดวงตาเล็กจมูกเล็กปากเล็กแต่ใบหน้าที่ใหญ่เนื่องจาก ทางผู้ออกแบบต้องการให้มีลักษณะแบบคนอ้วนในชีวิตจริง โดย Russell เป็นนักสำรวจตัวน้อยเพราะมีอายุแค่เพียง 9 ขวบ ซึ่งในแอนิเมชันจึงแต่งกายด้วยชุดสำรวจพร้อมกับเข็มจิตอาสาที่เต็มเสื้อ ลักษณะนิสัยพื้นฐานของ Russell เป็นเด็กที่ร่า กล้าหาญ เขาจึงเป็นตัวละครที่สร้างเสียงหัวเราะและเป็นอีกจุดเด่นของเรื่องนี้

ซึ่ง Russell เป็นเด็กที่พ่อแม่สนใจแต่การทำงานทำให้เขาถูกละเลยบ่อยๆ เขาจึงเป็นเด็กที่ขี้เหงา ดังนั้น Pete Docter ผู้กำกับจึง เน้นไปที่คาร์ล เฟรดริกเช่น ชายชราสูงอายุที่

เดินทางไปอเมริกาได้โดยไปกับบ้านที่เต็มไปด้วยลูกโป่งทำให้บ้านชายชราสามารถลอยได้และให้เขาได้เดินทางไปกับ Russell ทำให้เราได้เห็นความสัมพันธ์ในมุมของชายชราและเด็กโดยถือว่ายุคค่อนข้างห่างกันมาก ซึ่งผู้กำกับกล่าวว่าเด็กๆที่ชมอนิเมชันเรื่องนี้จะได้เห็นความสัมพันธ์ของ 2 คนนี้ที่เหมือนพวกเขากับปู่ย่าตายาย

### 37. Mike Wazowski



ที่มา [https://en.wikipedia.org/wiki/Mike\\_Wazowski](https://en.wikipedia.org/wiki/Mike_Wazowski)

Mike Wazowski เป็นตัวละครใน แอนิเมชัน "Monsters, Inc." โดยเป็นผลงานของ Pixar Animation Studios ซึ่งเป็นบริษัทใน The Walt Disney Company ออกแบบโดย Pete Docter ซึ่งเป็นนักออกแบบตัวละครและผู้กำกับภาพยนตร์ชื่อดังของ Pixar Animation Studios

ลักษณะ Mike Wazowski เป็นสัตว์ประหลาดผิวสีเขียวทรงกลมเหมือนมะนาวลูกยักษ์ มีตาไซโคลเปียนสีเขียวมรกตเพียงดวงเดียว เขามีแขนและขาเรียวยาว มีกรงเล็บทั้งคู่ แต่มีนิ้วข้างละ 4 นิ้วและมีนิ้วเท้าข้างละ 3 นิ้ว บนหัวของเขามีเขาสั้นคู่หนึ่งที่มีปลายสีเทาเข้ม และปากที่มีฟันหยักและลิ้นสีเขียว ตาและปากของเขากินพื้นที่ส่วนใหญ่ของร่างกายของเขา ในที่ทำงานเขาจะสวมหมวกกันน็อคสีน้ำเงิน Monsters, Inc. อีกทั้งเขายังมีคอนแทคเลนส์ขนาดใหญ่ที่เขาใส่ไว้ในตาข้าง

เดียวของเขา Mike Wazowski เป็นคนตลก ฉลาด และกล้าหาญ แต่บางครั้งก็มองไม่เห็นคนอื่น ๆ ซึ่งเขามีคู่หูชื่อ Sulley เขายังเป็นเพื่อนที่เอาใจใส่และทุ่มเทอย่างมาก ไม่เคยทิ้ง Sulley ไม่ว่าจะอย่างไรก็ตาม

โดยตัวละครของไมค์ได้รับการตอบรับอย่างดีจากนักวิจารณ์และผู้ชม JP Baker บรรณาธิการของเว็บไซต์ The Badlands บน Medium กล่าวถึงความสำคัญของการทำตามความฝัน และความสัมพันธ์ของตัวละครในภาพยนตร์ Monsters University เชื่อมโยงกับสิ่งนี้อย่างไรในขณะที่ยึดการกับความทะเยอทะยานเหล่านี้ รวมถึงวิธีที่เขาเอาชนะอุปสรรคที่เข้ามา โดย โรลลิงสโตนถือว่า Mike Wazowski เป็นตัวละครที่ดีที่สุดของพิกซาร์อันดับที่ 8 โดยกล่าวต่อไปว่า "มันแปลกที่จะนึกถึงสิ่งสีเขียวก้อนๆ ในฐานะมนุษย์ธรรมดา แต่เสียงของบิลลี่ คริสตัลช่วยทำให้ไมค์กลายเป็นสัตว์ประหลาดของผู้คน" นอกจากนี้ วิกิตอกเรีย โรเบิร์ตสันจาก Screen Rant ยกให้เขาเป็นตัวละครจาก Pixar ที่ดีที่สุดอันดับที่ 7 โดยระบุว่า "บางทีนิสัยแปลกๆ เล็กๆ น้อยๆ ที่ทำให้เขาเก่งมาก ความขี้เล่น แม้ว่าเขาจะเป็นสัตว์ประหลาดก็ตาม หรือคุณสมบัติที่ตลกขบขันและโรแมนติกของเขาที่สะท้อนให้เห็นตลอดทั้งเรื่อง"

## 38. Puss in Boots



ที่มา <https://www.imdb.com/title/tt3915174/>

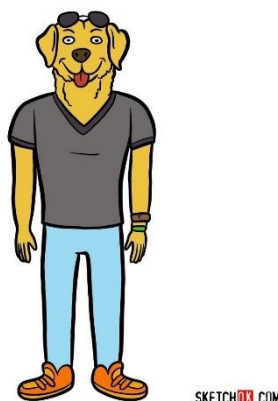
Puss เป็นละครตัวละครในเรื่อง Puss in Boots ผลิตโดยดรีมเวิร์กสแอนิเมชัน กำกับโดย คริส มิลเลอร์ (ซึ่งกำกับ เซร์ค 3) ภาพยนตร์ชุดนี้เป็นภาคแยกพีริเควล ออกจากอนิเมชัน เซร์ค โดยมีตัวละคร พุซ อิน บูทส์ ออกผจญภัยในช่วงก่อนที่เขาจะปรากฏตัวใน เซร์ค 2 พร้อมด้วยเพื่อนสนิทของเขา ฮัมปีตี้ ดัมปีตี้ และ คิตตี้ ซอฟท์พอร์ ซึ่งพุซจะได้เผชิญกับแจ๊คและจิลซึ่งเป็นสองวายร้ายผู้ครอบครองเมล็ดถั่ว

ลักษณะ Puss in Boots พุซเป็นนักผจญภัยชาวสเปนที่น่าดึงดูดและมีเสน่ห์เป็นอย่างยิ่ง พร้อมด้วยไหวพริบในการแสดงดราม่า เขาเป็นแมวที่มีรูปร่างผอมเพรียว มีขนสีน้ำตาลไหม้ และมีแถบขิงเข้มพาดผ่านหลัง แขนขา หาง และรอบๆ ศีรษะ เขามีขนสีครีมสีอ่อนกว่าบนอุ้งเท้า ต้องมีสีเทาด้านข้าง จมูก คาง และคิ้ว แถบแสงบางๆ ยังเน้นดวงตาของเขาด้วย นอกจากนี้เขายังมีขนคลุมสีขาที่เห็นได้ชัดเจนทั่วทั้งเสื้อโค้ตของเขา ดวงตาของเขามีไอริสสีเขียว ตาขาว และรูม่านตาสีดำ

ซึ่งมักจะแคบหรือใหญ่และกลมเมื่อแสดงออกถึงความน่ารักของเขา เปลือกตาของเขามีเส้นสีเข้มที่เห็นได้ชัดเจน และสไตล์ "แคทอาย" ซึ่ไปที่มุมด้านบนนอกของตาแต่ละข้าง เสริมด้วยอายไลเนอร์สีดำ เขามีจมูกสีชมพูเล็กน้อยและมีหนวดสีขาวยาว หนวดของเขาสามารถพันเข้าด้วยกันจนกลายเป็น "หนวด" หยิกได้ กรงเล็บของเขามีความคมพอที่จะตัดกระจกได้ และยังสามารถล้วงกุญแจได้อีกด้วย และที่สำคัญพู่จะใส่รองเท้าบูทและหมวก จึงเป็นที่มาของคำว่า Puss in Boots เขามักจะเอาชนะศัตรูโดยหันเหความสนใจพวกเขาด้วยดวงตา "ลูกแมวน่ารัก" นอกจากนี้เขายังแสดงพฤติกรรมทั่วไปของแมว เช่น การไอบนก้อนขนและการไล่ตามสปอตไลท์ ซึ่งมักจะส่งผลให้เขาพ่ายแพ้หรือถูกจับกุม เขายังวิ่งด้วยอุ้งเท้าทั้งสี่เมื่อจำเป็น เขายังมีความสามารถในเรื่องเส้นด้ายและเชือกอีกด้วย

พูซได้รับการกล่าวขานว่าเป็นแมววิเศษในนวนิยาย Puss in Boots: The Last Wish ซึ่งอธิบายคุณสมบัติทางมานุษยวิทยาของเขา บันทึกระบุว่าหากเขาสูญเสียเวทมนตร์ (เช่น เวทมนตร์ทั้งหมดที่เป็นเจ้าของโดย "บิก" แจ็ค ฮอร์เนอร์) เขาจะกลายเป็นแมวธรรมดาที่ไม่สวมเสื้อผ้าหรือออกไปผจญภัย

## 39. Mr. Peanut butter



ที่มา <https://www.vogue.co.th/lifestyle/article/bojack-horseman>

Mr. Peanutbutter เป็นตัวละครที่ปรากฏในซีรีส์การ์ตูน "BoJack Horseman" ซึ่งถูกสร้างโดย Raphael Bob-Waksberg และผลิตโดย Raphael Bob-Waksberg และ Kate Purdy ภายใต้การดูแลของค่าย Netflix ถูกออกแบบโดย graphic designer Lisa Hanawalt, ซึ่งเป็นนักออกแบบภาพการ์ตูนชื่อดัง

ลักษณะ Mr. Peanutbutter เป็นหมาชนิด Labrador Retriever ที่สวมเสื้อเชิ้ตและมีลักษณะทางกายภาพคล้ายมนุษย์แต่มีสีขนสว่างและมีหางแบบหมา มีความสูง 6 ฟุต เขามักสวมเสื้อยืดคอวีสีเทาและแว่นกันแดดทรงนักบิน โดยมักจะสวมศีรษะ กางเกงสีน้ำเงินอ่อนมีเส้นสีขาวพาดผ่าน รองเท้าผ้าใบทรงสูงสีส้ม และสายรัดข้อมือ 2 เส้น สีน้ำตาลและสีเขียวอ่อน อันหนึ่งบนข้อมือซ้ายของเขา เขาชอบทำความรู้จักผู้คนและมีทักษะทางสังคมดี มีหน้าตาน่ารักและใส่ใจผู้อื่น มีรอยยิ้มสดใสเป็นลักษณะเฉพาะ มุ่งมั่นที่จะสร้างความสุขและประสบการณ์ดีให้กับผู้รอบตัว

ไม่มีความสามารถพิเศษ แต่มีทักษะทางสังคมที่ดี ไม่มีความรู้พิเศษนอกจากความรู้ในชีวิตประจำวัน

ซีรีส์ "BoJack Horseman" ซึ่งเป็นซีรีส์สังคมสัตว์ที่มีลักษณะเหมือนมนุษย์ และเนื้อหาเน้นการสังคมและวัฒนธรรม ซึ่ง Mr. Peanutbutter ถือเป็นตัวละครที่สำคัญมากเพราะเขาเป็นเพื่อนสนิทของ BoJack โดยเขาสะท้อนนิสัยมนุษย์ที่ไม่ว่าเพื่อนสนิทจะเจอปัญหาทุกชีวิต แต่เขาก็ไม่เคยทิ้งเพื่อนสนิทคนนี้ไปไหน เขาแสดงมันออกผ่านร่างกายที่เป็นสัตว์ทำให้เราได้อีกมุมมองในการเล่าชีวิตมนุษย์คนๆหนึ่ง

#### 40. BoJack Horseman



ที่มา

<https://www.google.co.th/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.nytimes.com%2F2020%2F02%2F01%2Fopinion%2Fbojack-horseman-final-season.html>

BoJack เป็นตัวละครที่ปรากฏในซีรีส์การ์ตูน "BoJack Horseman" ซึ่งถูกสร้างโดย Raphael Bob-Waksberg และผลิตโดย Raphael Bob-Waksberg และ Kate Purdy ภายใต้การดูแลของค่าย Netflix ถูกออกแบบโดย graphic designer Lisa Hanawalt

ลักษณะโบแจ็คเป็นม้าผสมพันธุ์เกรด/พันธุ์แท้ที่โตเต็มวัย โดยมีน้ำหนักมากกว่า 1,200 ปอนด์ เขามีส่วนสูงประมาณ 6 ฟุต 7 นิ้ว (มือ 15.2 วัดจากไหล่ และวัดหู 19.75 นิ้ว) เขามีขนสีน้ำตาล และแผงคอสีดำ โดยมีแถบสีขาวบนจมูกโดยเริ่มจากริมฝีปากบนและใต้ตา มีเครื่องหมาย



รูปเพชรสีขาวบนหน้าผาก และมีจุดสีชมพูบนจมูกแม้จะเป็นม้า แต่โบแจ็คก็เหมือนกับสัตว์อื่นๆ ในซีรีส์โบแจ็ค ฮอर्सแมน คือมีร่างกายคล้ายมนุษย์ และได้รับการออกแบบให้ใช้เท้าและมือของมนุษย์ และไม่มีหาง

โดยซีรีส์เล่าถึงความล้มเหลวของชีวิตมนุษย์ผ่านตัวละครที่เป็นครึ่งคนครึ่งสัตว์ โดยตัวละครเอกจากซีรีส์เรื่อง Bojack Horseman เคยกล่าวว่า “บางครั้งชีวิตมันก็เฮงซวย แต่เราก็ต้องอยู่ต่อไป” ซึ่งตัวละครอื่นๆ ในเรื่องนี้จะทำให้ผู้ชมเห็นชีวิตที่แตกสลาย ล้มเหลวและไม่มีค่าปดอบใจที่สวゆる จึงสะท้อนให้เห็นว่า “นี่แหละชีวิต”

#### 41. Mr. Bean



ที่มา

<https://thai.cri.cn/mmsource/images/2014/08/26/57b6b9cadfb6421d9f0c8f16a7f59924.jpg>

Mr. Bean (Live Action) เป็นซีทคอมอังกฤษ สร้างโดย โรวัน แอตคินสันและริชาร์ด เคอร์ติส ผลิตโดย ไทเกอร์แอสเพกต์ แสดงนำโดย แอตคินสัน เป็น ซีทคอมประกอบด้วย 15 ตอน เขียนบทโดยแอตคินสันร่วมกับ เคอร์ติสและ โรบิน ดริสคอลลล์ สำหรับตอนนำร่อง เขียนบทร่วมกันกับ เบน เอลตัน ซีทคอมออกอากาศตอนแรกทางช่อง ไอทีวี เมื่อวันที่ 1 มกราคม ค.ศ. 1990และออกอากาศตอนจบ "เดอะเบสต์บิตส์ออฟมิสเตอร์ บีน" เมื่อวันที่ 15 ธันวาคม ค.ศ. 1995

ซึ่งมิสเตอร์ บีน เป็นตัวละครที่โรวัน แอตคินสัน พัฒนาขึ้นครั้งแรกในขณะที่เขากำลังศึกษาระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยออกซฟอร์ด แอตคินสันอธิบายว่าเป็น "เด็กในร่างของผู้ชายที่โตแล้ว" ในขณะที่เขาแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของมิสเตอร์บีน ตัวละคร

และเรื่องราวนี้ได้รับแรงบันดาลใจจากนักแสดงแนวตลกกายภาพ เช่น แจก ทาติ และนักแสดงในช่วงต้นของยุคภาพยนตร์เงียบ โดยมีสเตอร์ ปีน ได้รับการยกย่องอย่างกว้างขวางและดึงดูดผู้ชมโทรทัศน์จำนวนมากในช่วงการออกอากาศในห้าปีแรก โดยเฉพาะตอน "เดอะทรอบเปิดวิทมิสเตอร์ ปีน" มีผู้ชมจำนวน 18.74 ล้านคนและได้รับรางวัลระดับนานาชาติมากมาย รวมทั้ง รางวัลกุหลาบทองคำ ละครชุดได้วางจำหน่ายไปแล้วใน 245 วันแดนทั่วโลก เป็นแรงบันดาลใจให้กับแอนิเมชันชุดและภาพยนตร์สองเรื่อง แอตคินสันกลับมารับบทเดิมเป็น มิสเตอร์ ปีน สำหรับการแสดงใน พิธีเปิดโอลิมปิกฤดูร้อน 2012 ที่ลอนดอน, โฆษณาทางโทรทัศน์และละครสั้นหลายชุดให้กับ คอเมดี้ลีฟ รายการมีความน่าดึงดูดใจอย่างมากในหลายร้อยพื้นที่ทั่วโลก เพราะนอกจากจะได้รับการยกย่องตั้งแต่การออกอากาศเดิมแล้ว ยังใช้บทสนทนาที่เข้าใจได้น้อยมาก ทำให้ผู้ที่รู้ภาษาอังกฤษเพียงเล็กน้อยหรือไม่มีเลยสามารถเข้าถึงรายการนี้ได้

ลักษณะตัวละคร มิสเตอร์ ปีน เป็นตัวละครหลัก รับบทโดย โรวัน แอตคินสัน เป็นคนที่มีความผิดปกติทางจิต เป็นคนชอบประเดิษฐ์ แต่ไม่เข้าท่า ซึ่งเพื่อนที่มิสเตอร์ปีนรักมากที่สุดคือ เท็ดดี ตัวละครมิสเตอร์ ปีนเป็นคนที่เสียงทุ้ม อย่างเช่นพูดชื่อตัวเอง "ปีน" แต่ถ้าพูดติดต่อกันหลายๆ คำ จะพูดเร็ว ในตอนแรกมิสเตอร์ ปีน เป็นนักเรียนที่เก่งในวิชา ตรรกศาสตร์ ในภาพยนตร์เรื่อง ปีน เดอะมูฟวี่ ชื่อมิสเตอร์ ปีน จะเรียกใหม่ว่า "ดร.ปีน" แทนคำว่า "มิสเตอร์ ปีน" ยกเว้นช่วงที่อยู่ในลอนดอน แต่ในภาพยนตร์เรื่อง มิสเตอร์ปีน พักผ่อนนี้มีฮา ในพาสปอร์ต จะเขียนชื่อมิสเตอร์ ปีนว่า "โรวัน" ในตอนเปิดตัวมิสเตอร์ปีนตกจากท้องฟ้าจากลำแสงสีขาวเลยมีข้อสันนิษฐานว่าเป็นมนุษย์ต่างดาว แต่อีกเหตุผลหนึ่งก็คือ การ์ตูนเรื่อง มิสเตอร์ ปีน ซึ่งนำเค้าโครงมาจากเรื่อง มิสเตอร์ ปีน มาทำเป็นการ์ตูน ได้ทำการฉายการ์ตูนมิสเตอร์ ปีน ตอนหนึ่ง ซึ่งมิสเตอร์ ปีน ได้ขึ้นไปบนยานที่มีมนุษย์ต่างดาวหน้าตาเหมือนมิสเตอร์ปีน แต่เพราะมนุษย์ต่างดาวที่อยู่บนยานลำนั้นเห็นว่า ไอรมา ก๊อบ (แฟนสาวของมิสเตอร์ปีน) ร้องไห้เสียใจ แต่มิสเตอร์ปีนกับดีใจที่ได้ขึ้นยาน มนุษย์ต่างดาวบนยานลำนั้นจึงปล่อยตัวมิสเตอร์ปีนออกมาโดยลำแสงสีขาว ซึ่งนั่นก็คืออีกหนึ่งเหตุผลที่ว่า ทำไมฉากเปิดตัว มิสเตอร์ ปีน จึงตกลงมาจากลำแสงสีขาว

## 42. Minnie Mouse



ที่มา [https://th.wikipedia.org/wiki/มินนี่\\_เมาส์](https://th.wikipedia.org/wiki/มินนี่_เมาส์)

มินนี่ เมาส์ เป็นตัวละครสัตว์ที่สร้างขึ้นโดยเอิบ ไอเวกส์ และวอลต์ ดิสนีย์ เธอและมิกกี้เมาส์ ถูกวาดครั้งแรกในปี ค.ศ. 1928 ในเรื่อง "เดอะกิลิม" ที่ถูกตีพิมพ์ 19 มกราคม – 2 พฤษภาคม ค.ศ. 1942 โดยชื่อเต็มของมินนี่ เมาส์คือ "มิเนอร์วา เมาส์" แต่ก็เป็นชื่อที่ไม่มีใครเรียกและคุ้นหูเท่ามินนี่ เมาส์

ตัวละครมินนี่ เมาส์ ได้ปรากฏตัวในเรื่อง "Mr. Slicker and the Egg Robbers" ซึ่งเป็นการแนะนำครอบครัวของเธอ แต่หลังจากนั้นมินนี่ เมาส์ก็ปรากฏตัวคู่กับมิกกี้เล็กน้อย เนื่องจากความนิยมพุ่งไปที่เพื่อนสนิทของมิกกี้เมาส์คนใหม่ (กัฟฟี, โดนัลด์ดั๊ก และพลูโต) ซึ่งการปรากฏตัวในการ์ตูนมิกกี้และได้เข้ามาแทนที่บทบาทของมินนี่ แต่มินนี่ไปเริ่มมีบทบาทสำคัญในการ์ตูนพลูโตและฟิกาโรบางเรื่อง มินนี่กลับมาอีกครั้งในช่วงทศวรรษ 1980 เมื่อเธอได้รับการแนะนำอีกครั้งในอนิเมชัน "Mickey's Christmas Carol" จากนั้นมินนี่ก็ได้รับบทนำใน "Totally Minnie"

โดยในล่าสุดมินนี่เมาส์ถือว่าเป็นตัวละครที่ประสบความสำเร็จและได้รับความนิยมอย่างมาก อีกทั้งยังได้มีการปรับปรุงการแต่งกายของมินนี่ให้มีลักษณะที่สวมใส่กางเกงขาสั้นพร้อมชุดเดรสสีชมพูที่เป็นเอกลักษณ์มาจนถึงทุกวันนี้ โดยเมื่อวันที่ 22 มกราคม พ.ศ. 2561 เธอได้เข้าร่วมการจัดอันดับคนดังในแอนิเมชันคนอื่นๆ (รวมถึงมิกกี้เมาส์ แฟนของเธอ) และก็ได้รับดาวของเธอเองบนฮอลลีวูดวอล์กออฟเฟม

ลักษณะ Minnie Mouse เป็นหนูที่มีร่างกายเป็นมนุษย์แต่ตัวละครนี้มีนิ้วมือเพียงแค่ 4 นิ้วและมีหางที่มีความเป็นหนู ในเรื่องของใบหน้ามินนี่มีตาที่โตหน้ากลม เธอจะมีโบว์ติดอยู่ที่หัวและใส่ชุดเดรสที่เห็นกางเกงใน ซึ่งตัวละครถูกสร้างขึ้นมาเพื่อ เป็นคู่หมั้นของมิกกี้ เมาส์ และให้เป็นตัวแทนของความเป็นผู้หญิง มีบุคลิกที่อ่อนหวาน อ่อนไหว ชอบการต่อสู้และมีอารมณ์ที่ค่อนข้างรุนแรงพลันเล่น ส่วนใหญ่แล้วมินนี่ เมาส์ จะปรากฏตัวในห้องครัว ขณะที่ทำเค้กกับคาร์ราเบลล่า ซึ่งเป็นเพื่อนของมินนี่ เมาส์

#### 43. Mickey Mouse



ที่มา [https://en.wikipedia.org/wiki/Mickey\\_Mouse](https://en.wikipedia.org/wiki/Mickey_Mouse)

มิกกี้ เมาส์ เป็นตัวละครแอนิเมชันที่สร้างโดยวอลท์ ดิสนีย์ และอูบ ไอเวิร์กส์ มิกกี้เมาส์ จุดกำเนิดของมิกกี้ เมาส์ เริ่มต้นมาจาก วอลต์ ดิสนีย์ (Walt Disney) นั่งอยู่บนรถไฟระหว่างทางมุ่งสู่ลอสแอนเจลิส ดิสนีย์ได้ลงมือสังเกตสภาพอากาศแรกเตอร์หนูเด็ก ๆ สวมกางเกงสีแดง ขึ้นมา โดยมี อับ ไอเวิร์กส์ ออกแบบรูปร่างและหลังจากนั้นในปี ค.ศ. 1928 มิกกี้ เมาส์ ก็ปรากฏตัวครั้งแรกในภาพยนตร์การ์ตูนเงียบที่ชื่อว่า Plane Crazy และ The Gallopin Gaucho การ์ตูนสั้นที่ไม่มีเสียงโดยมี มิกกี้ เมาส์ เป็นตัวละครหลัก ก่อนที่จะมาดังสุด ๆ กับเรื่อง “สตีมโบท วิลลี่ (Steamboat Willie)” ซึ่งเป็นการ์ตูนแบบมีเสียง ทำให้มิกกี้ เมาส์มีชื่อเสียงที่โด่งดังจนจุดไม่อยู่ ทำให้ในการเฉลิมฉลองวันเกิดปีที่ 50 ของ มิกกี้ เมาส์ ในปี พ.ศ. 2521 เจ้าหนูมิกกี้ กลายเป็นคาแรกเตอร์ตัวการ์ตูนตัวแรก ที่ได้มีชื่ออยู่บน ฮอลลีวูด วอล์ก ออฟ เฟม (Hollywood Walk of Fame)

ทางดิสเนย์ได้มีการพัฒนาตัวละครมิกกี้เมาส์อยู่อย่างสม่ำเสมอ รวมถึงในปีพ.ศ.2472 ได้มีการสวมถุงมือสีขาวให้กับมิกกี้เป็นครั้งแรกในเรื่อง “When the Cat’s Away” และมีคำพูดว่า “ฮอตตอก!” ในตอน The Karnival Kid ถือเป็นคำแรกที่มิกกี้เมาส์ได้พูดออกมา ในปีเดียวกันนั้นเอง เฟร็ด มัวร์ (Fred Moore) ได้มีการออกแบบดีไซน์ใหม่ในตอน “The Pointer” จนในปี 2495 ได้มีการเพิ่ม คิ้ว ลงไปครั้งแรกในตอน “Pluto’s Party” หลังจากนั้นในช่วงปี พ.ศ.2533 – 2543 มิกกี้เมาส์ก็ได้วิวัฒนาการ เปลี่ยนจากการวาดด้วยมือ มาใช้เป็นคอมพิวเตอร์กราฟิกแทนจนถึงปัจจุบัน

ลักษณะ Mickey Mouse มีลักษณะจำหนูลีดำ มีดวงตาโต ร่างกายเป็นมนุษย์แต่มิกกี้เมาส์มีนิ้วมือเพียงแค่ 4 นิ้วเท่านั้น เขามักสวมกางเกงเลี่ยมสีแดง และมีหางออกมา ปีนตัวละครที่มองโลกในแง่ดี มีความกระตือรือร้น ถ่อมตัวและเรียบง่าย ซื่อสัตย์ ชอบร้องอุทาน "Gosh" หรือบางครั้งก็ "Oh boy!", "Aw-Gee", "Uh-Oh!" ซึ่งทางดิสเนย์เคยกล่าวเกี่ยวกับตัวละครนี้ไว้ว่า “เมื่อผู้คนหัวเราะเยาะมิกกี้เมาส์ นั่นเป็นเพราะเขามีความเป็นมนุษย์มาก และนั่นเป็นความลับของความนิยมของเขา ฉันหวังเพียงว่าเราจะไม่ละสายตาจากสิ่งใดสิ่งหนึ่ง นั่นคือทั้งหมดเริ่มต้นจากหนู”

## 44. Maleficent



ที่มา <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/th/6/62/กำเนิดนางฟ้าปีศาจ.jpg>

Maleficent (Live action) เป็นภาพยนตร์แนวจินตนิมิตด้านมืดผจญภัยของอเมริกาที่ออกฉายเมื่อปี พ.ศ. 2557 กำกับโดย ร็อบเบิร์ต สโตรมเบิร์ก ร่วมอำนวยการสร้างโดยวอลต์ดิสนีย์พิกเชอส์และวอร์เนอร์บราเธอร์ส เป็นภาพยนตร์คนแสดง/ซีจีไอที่ดัดแปลงจากภาพยนตร์แอนิเมชันของวอลต์ดิสนีย์เรื่อง เจ้าหญิงนิทรา ที่ออกฉายในปี พ.ศ. 2502 ซึ่งมีเนื้อเรื่องอิงมาจากเทพนิยายเจ้าหญิงนิทรา ของชาร์ล แปโร และพี่น้องตระกูลกริมม์ โดยสร้างภาพลักษณ์ใหม่ผ่านมุมมองของมาเลฟิซันต์ ตัวละครฝ่ายร้าย ภาพยนตร์เรื่องนี้นำแสดงโดยแอนเจลีนา โจลีในบทมาเลฟิซันต์ ภาพยนตร์เป็นเรื่องราวของมาเลฟิซันต์ ที่ถูกสเทพานทวยศจิ้งจอกคำสาปแห่งนิทราแก่เจ้าหญิงออ

โรรา โดยมีเพียงจุมพิตจากรักแท้ที่ถอนคำสาปได้ แต่ท้ายที่สุดนางก็ได้นำพาสันติภาพกลับคืนอีกครั้ง

ลักษณะ Maleficent เป็นผู้หญิงที่ผิวขาวซีด มีปีกและมีเขabanหัว ตัวละครนี้สามารถแปลงกายเป็นนกได้ซึ่งลักษณะคล้ายกับ อีคา นิสัยทั่วไปของเธอคือเงียบ ร้ายและเจ้าอำนาจ อีกทั้งเธอยังสามารถใช้เวทมนต์ต่างๆและจะมีนกคู่ใจที่คอยสืบเสาะเรื่องราวเกี่ยวกับเจ้าหญิงออโรราให้นาง

ซึ่งผลตอบรับของภาพยนตร์เรื่องนี้ในเว็บไซต์ รอตเทนโทเมโทส์ (Rotten Tomatoes) มีผู้ออกความเห็น 161 ราย ให้ภาพยนตร์ได้คะแนน 5.7 จากคะแนนเต็ม 10 และลงมติว่า "การแสดงอันน่าดึงดูดของแอนเจลินา โจลี นั้นดีเด่นกว่าสเปซแจคเอฟเฟกต์มดลิ่งเมลิ้งในภาพยนตร์เป็นไหนๆ แต่โชคไม่ดีที่ตัวภาพยนตร์ทำให้ความบากบั่นอันน่าประทับใจทั้งหลายต้องเสียเปล่า" ส่วนในเว็บไซต์ เมตาคริติก (Metacritic) มีผู้วิจารณ์ 41 ราย และให้ภาพยนตร์เรื่องนี้ได้คะแนน 56 เต็ม 100 แม้ภาพยนตร์มีคะแนนไม่ดี แต่การแสดงของโจลิลกลับเป็นที่ชื่นชมในหมู่ผู้วิจารณ์ รอบ คอลลิน จากหนังสือพิมพ์ เดอะเทเลกราฟ (The Telegraph) ว่า "การที่ดิสนีย์เอา เจ้าหญิงนิทรา มาแปลงโฉมใหม่ี่ขาดเสน่ห์ที่แท้จริงไปหน่อย ดีที่แอนเจลินา โจลี ช่วยกู้หน้าไว้ได้" เบตซี ชาร์กี (Betsy Sharkey) จากหนังสือพิมพ์ ลอสแอนเจลิสไทมส์ (Los Angeles Times) ว่า "เรียกได้ว่าเป็นหนังของโจลีเพราะตัวละครมาเลฟิเชนส์ที่เธอแสดงเลยที่เดียว พอมีตัวนี้ ตัวละครอื่น ๆ แม้กระทั่งออโรรา ก็เลือนหายไปหมดสิ้น"

#### 45. Mario



ที่มา [https://th.wikipedia.org/wiki/มาริโอ\\_\(ตัวละคร\)](https://th.wikipedia.org/wiki/มาริโอ_(ตัวละคร))

มาริโอ เป็นตัวละครจากวิดีโอเกมและการ์ตูนมาริโอ และเป็นสัญลักษณ์ของบริษัทเกม นินเทนโด สร้างโดยนักออกแบบวิดีโอชื่อ ชิเงรุ มิยาโมโตะ โดยเขาได้สร้างตัวละครมาริโอขึ้นขณะ กำลังพัฒนาเกม ดองกี้คอง (Donkey Kong) เพื่อพยายามที่จะสร้างวิดีโอเกมที่ขายดีที่สุดให้กับ บริษัทนินเทนโด หลังจากเกมประเภทเกมตู่ก่อนหน้านี้นี้ชื่อ Sheriff ไม่ประสบความสำเร็จอย่างเกม Pac-Man เมื่อแรกเริ่มนั้น มิยาโมโตะอยากสร้างวิดีโอเกมโดยใช้ตัวละคร ป๊อปปาย (Popeye) บลูโต (Bluto) และโอลีฟ ออยล์ (Olive Oyl) แต่เขาไม่ได้รับอนุญาตให้ใช้ตัวละครเหล่านี้ (และไม่ได้รับ อนุญาตจนถึง ค.ศ. 1982) เขาจึงตัดสินใจคิดทำตัวละครชื่อ จัมปีแมน (Jumpman) ในเวลาต่อมา เป็นที่รู้จักกันว่า มาริโอ, ดองกี้คอง (Donkey Kong) และ พอลีน (Pauline) โดยในด้านแรก ๆ ของ เกมดองกี้คองและมาริโอยังกระโดดไม่ได้ และมุ่งเป้าไปที่การหาทางออกจากเขาวงกตให้ได้ อย่างไรก็ตาม มิยาโมโตะทำให้มาริโอกระโดดได้ พร้อมกล่าวว่า "ถ้าคุณเจอสิ่งไม่กล้ามาหาคุณ คุณจะ ทำอย่างไรดี"

ในตอนแรก มิยาโมโตะเคยตั้งชื่อมาริโอว่า "มิสเตอร์วิดีโอ" (Mr.Video) และถูกนำมาใช้ใน ทุกวิดีโอที่มีมิยาโมโตะพัฒนาจากเรื่องเล่าที่แพร่กระจายไปอย่างกว้างขวาง ในระหว่างการจำหน่าย เกมดองกี้คองให้ลูกค้าในอเมริกาเหนือ เจ้าของพื้นที่คลังเก็บสินค้าของนินเทนโดที่ชื่อ มาริโอ ซีเกล ได้เรียกค่าเช่ากับมิโนรุ อาราคาวะ ผู้ซึ่งเป็นประธานบริษัทในเวลาต่อมา หลังจากการโต้เถียงที่ใน ที่สุดพนักงานของนินเทนโดก็รับปากซีเกลว่าจะจ่ายค่าเช่าให้ พวกเขาจึงเลือกที่จะตั้งชื่อตัวละครนี้ ว่า มาริโอ ตามชื่อของเขา

ลักษณะ Mario ในตอนแรกนั้นมาริโอได้ถูกออกแบบออกมาโดยใช้เทคนิคคอมพิวเตอร์ กราฟิกที่เรียกว่าสไปรต์แบบ 2 มิติ เมื่อเวลาผ่านไป การปรากฏตัวของมาริโอเริ่มมีรายละเอียด ชัดเจนมากขึ้นเขาได้เปลี่ยนเป็นแบบ 3 มิติ และมีการเพิ่มถุงมือสีขาว รองเท้าสีน้ำตาล และ ตัวอักษร M สีแดงในวงกลมสีขาวบนด้านหน้าของหมวก และกระดุมสีทองบนชุดคลุม สีของเสื้อ และชุดคลุมเคยสลับจากเสื้อเชิ้ตสีฟ้ากับชุดคลุมสีแดงเป็นเสื้อเชิ้ตสีแดงและชุดคลุมสีฟ้า มิยาโม โตะระบุว่ากระบวนการเปลี่ยนแปลงนี้เป็นผลจากทีมงานและฝ่ายศิลป์ของแต่ละเกมรวมถึง ความก้าวหน้าในเทคโนโลยีในตามเวลาที่ผ่านไป

ซึ่งมาริโอถูกออกแบบให้เป็นช่างประปาชาวอิตาลีร่างอ้วนเตี้ย อาศัยอยู่ในอาณาจักร เห็ด มีภารกิจคือการช่วยชีวิตเจ้าหญิงพีชจากเต่าวายร้ายชื่อบาวเซอร์ มาริโอมีน้องชายชื่อ ลุยจิ นอกจากนี้เขายังปรากฏในวิดีโอเกมแนวอื่น ๆ เช่น แนวรถแข่ง เช่นเกมชุด *มาริโอคาร์ท* (Mario Kart) เกมแนวกีฬา เช่นเกมชุด *มาริโอเทนนิส* และ *มาริโอกอล์ฟ* เกมแนวสวมบทบาทของนินเทนโด เช่นเกมชุด *เปเปอร์มาริโอ* และ *ซูเปอร์มาริโออาร์พีจี* และเกมเพื่อการศึกษา เช่น มาริโออิซมิสซิง!



และ มารีโฮสไทม์แมตชีน แฟรนไชส์มารีโฮยังได้ต่อยอดไปยังสื่อต่าง ๆ มากมาย เช่น รายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ หนังสือการ์ตูน และสินค้ามีลิขสิทธิ์ต่าง ๆ อีกด้วย

#### 46. Marge Simpson



ที่มา <https://www.dailymail.co.uk/femail/article-2519557/Marge-Simpson-commissions-dress-Project-Runway-stars-Simpsons-25th-anniversary.html>

Marge Simpson เป็นตัวละครสำคัญในซีรีส์การ์ตูน "The Simpsons" ซึ่งเป็นซีรีส์ทางโทรทัศน์แนวคอมิดี้ที่มีความเป็นเอกลักษณ์และได้รับความนิยมมากทั้งในแวดวงการ์ตูนและวงการบันเทิงทั่วโลก "The Simpsons" เป็นผลงานของ 20th Century Fox Television และ Gracie

Films Homer Simpson ถูกสร้างขึ้นโดย Matt Groening ซึ่งเป็นผู้สร้างและนักวาดภาพการ์ตูนชาวอเมริกันที่มีชื่อเสียง

ลักษณะ Marge Simpson มีผิวสีเหลืองและผมสีน้ำเงินเข้มจัดทรงเป็นทรงรวงผึ้งทรงสูง โดยปกติเธอสวมชุดเดรสยาวสีเขียวมะกอกอ่อนเกาะอก ร่องเท้าสั้นสูงสีส้ม และสร้อยคอมุกสีแดง สร้อยคอชิ้นนี้เป็นมรดกตกทอดของครอบครัว และเห็นเธอมีลึนชักขนาดใหญ่เต็มด้วย หมอฮิปเบิร์ตเปิดเผยว่าเธอมีนิ้วเท้าเป็นพังผืดใน "Marge in Chains" มาร์จตั้งข้อสังเกตว่าเธอเคยมีรูปร่างที่ "สมบูรณ์แบบ 26-26-26" ในฤดูกาลต่อมาเธอบรรยาย/พรรณาน่าว่าสวยงามมากและมีเสน่ห์ทางร่างกาย และเธอก็ได้รับการตามหาจากผู้ชายหลายคนในสปริงฟิลด์ โดยเฉพาะ Moe และแม้แต่เพื่อนของ Bart บางคนก็ยังสังเกตเห็นความน่าดึงดูดของเธอ โดย Marge Simpson เป็นแม่บ้านและเป็นหัวหน้าครอบครัวซิมป์สัน เธอยังเป็นหนึ่งในห้าตัวละครหลักในซีรีส์เดอะซิมป์สันส์ เธอและไฮเมอร์สามีของเธอมียุคสามคน ได้แก่ บาร์ต ลิซ่า และแม็กกี้ มาร์จเป็นพลังศีลธรรมในครอบครัวของเธอ และมักจะแสดงความเห็นที่เป็นกลางท่ามกลางการแสดงตลกของครอบครัวเธอโดยพยายามรักษาความสงบเรียบร้อยในบ้านซิมป์สัน นอกเหนือจากหน้าที่ของเธอที่บ้านแล้ว มาร์จยังเล่นหูเล่นตาไปกับอาชีพต่างๆ มากมายตั้งแต่เจ้าหน้าที่ตำรวจไปจนถึงนักเคลื่อนไหวต่อต้านความรุนแรง

ในตอนล่าสุดของซีรีส์ Lifetime ผู้เข้าแข่งขันดีไซเนอร์แข่งขันกันเพื่อสร้างชุดใหม่ที่สวยที่สุดให้กับตัวการ์ตูน เพื่อเป็นเกียรติแก่วันครบรอบ 25 ปีของเดอะซิมป์สันส์ ซึ่งเป็น Project Runway stars โดยให้ผู้เข้าแข่งขันประกวดกันทำชุดโดย มาร์จ ซิมป์สัน บอกกับนักออกแบบผ่านวิดีโอว่าเธอ 'ไม่เอาสีเขียว!' และพวกเขาก็ไม่ทำให้ผิดหวัง ชุดที่ชนะเลิศคือชุดเดรสเกาะอกสีม่วงลอยตัว พร้อมประดับด้วยลูกปัดสีดำแวววาวบนเสื้อท่อนบน

## 47. My Melody



ที่มา <https://warwalikefileae.wixsite.com/test1/about2-c1law>

My Melody เป็นตัวละครลิขสิทธิ์ของ Sanrio Co., Ltd., ซึ่งเป็นบริษัทญี่ปุ่นที่พัฒนาตัวละครและสินค้าที่น่ารักต่าง ๆ การออกแบบ My Melody ทำโดย Kazumi Mizuno คือนักออกแบบจาก Sanrio Co., Ltd. มายเมโลดี้ หนูน้อยแห่งป่าเมอริแลนด์ (ญี่ปุ่น: おねがいマイメロディ, อักษรโรมัน: Onegai Mai Merodi ; อังกฤษ: Onegai My Melody) เป็นอนิเมะชุดตามตัวละครจาก บริษัท ซานริโอ จำกัด, มายเมโลดี้

ที่ผลิตโดยสตูดิโอโคเมทชุดแรกที่ได้รับการปล่อยตัวระหว่าง 3 เมษายน 2005 เป็นเรื่องราวของ มายเมโลดี้ กระต่ายน้อยแสนน่ารักและผองเพื่อน อย่าง ฟลัท ริสุ และ มายสวีทเปียโน เธอต้องคอยปกป้องความฝันของมนุษย์จากเงื้อมมือของ คุโรมิ กระต่ายสีดำ ผู้สร้างฝันร้ายให้แก่มนุษย์

My Melody เป็นตัวละครที่มีรูปร่างเป็นกระต่ายขนสีขาวยาวเดิน 2 ขาเหมือนมนุษย์ มีหูมีทรงปลาหมึกและสวมใส่เสื้อผ้าที่มีลายพื้นเป็นดอกไม้ ตัวละครมีนิสัยซื่อตรง อ่อนโยน ร่าเริง และแจ่มใส มีความเป็นมิตรและชอบช่วยเหลือเพื่อน รักครอบครัว รักเพื่อนฝูงแต่บางครั้งก็ทำตามใจตัวเองเสียดี ๆ มีบุคลิกที่อยากรู้ อยากเห็น และลูกลึกลับในบางครั้ง ชอบที่จะช่วยคุณแม่ทำคุกกี้และขนม แต่สิ่งที่ตัวละครโปรดปรานมากที่สุด ก็คือ เค้กอัลมอน หน้าตาของตัวละคร My Melody มีลักษณะที่น่ารัก มีดวงตากลมโต จมูกกลม ๆ เล็ก ๆ สีเหลืองมากับหมวกสีแดงและติดโบว์หรือดอกไม้ที่หู มุ่งหน้าไปทางการพัฒนาตัวละครให้เป็นที่รู้จักและน่ารักในวงกว้าง เป็นตัวละครที่มีความสามารถทางการสร้างสรรค์ และเน้นไปที่การสร้างความเป็นมิตร ไม่ได้ระบายละเอียดเฉพาะเรื่องความรู้ของ My Melody

มายเมโลดี้ My Melody กระต่ายน้อยแห่งป่าแมรี่แลนด์ นิยมเรียกสั้น ๆ ว่า มาย เมโร แต่แฟนคลับชาวไทยเรียกว่า มายเม น้องมายเมโลดี้ออกสู่สายตา สาธารณชนครั้งแรก ในปี 1975 โดยเธอเป็นชาวลอนดอน ประเทศอังกฤษ แห่งป่าแมรี่แลนด์ มายเมโลดี้เป็นคาแร็กเตอร์จากบริษัท ซานริโอจำกัด เรื่องราวของเธอมาในธีมิทานสุดคลาสสิกเรื่องหนู น้อยหมวกแดง ในเวอร์ชันนี้เธอจะใส่หมวกสีแดง(หรือ ชมพู) สุดแล้วแต่อารมณ์ และมักจะมีดอกไม้หรือ โบว์เป็นพรอพสวมบนหูด้านขวาจนชินตา เธอมีเพื่อนสนิทปีกขาว ลอนดอนอีกคนคือ เฮลโล คิตตี้ Hello Kitty มายเม เป็น กระ ต่าย น้อย ใจ ดี รัก ธรรมชาติ เธอ มัก จะ มา กับ พรอพประกอบฉากที่เป็นดอกไม้หรือสัตว์เสมอ



48. Pinkie Pie

ที่มา [https://mlp.fandom.com/wiki/Pinkie\\_Pie](https://mlp.fandom.com/wiki/Pinkie_Pie)

Pinkie Pie เป็นตัวละครของซีรีส์ "My Little Pony Friendship Is Magic" ซึ่งเป็นสรรพสิ่งของ Hasbro, Inc. ออกแบบโดย Lauren Faust, ศิลปินและผู้กำกับซีรีส์ My Little Pony Friendship Is Magic ฟังก์ชันพาย ชื่อเต็ม Pinkamena Diane Pie เป็นเคิร์ฟโพนี่ตัวเมีย และเป็นหนึ่งในตัวละครหลักของ My Little Pony Friendship is Magic

เธอเป็นคนทำขนมปังที่กระทือหรือร้านและเข้ากับคนง่ายที่ Sugarcube Corner ซึ่งเธออาศัยอยู่บนชั้นสองกับกัมมี สัตว์เลี้ยงจรจัดไร้พันของเธอ และเธอเป็นตัวแทนขององค์ประกอบของเสียงหัวเราะ ฟังก์ก็เขียนและแสดงเพลงมากมาย และเธอก็เป็นที่มาของมุขตลกและการ์ตูนในซีรีส์หลายเรื่อง เธอเรียกว่าปอนกะโปโนลินค้ำบางอย่าง

PinkiePieมีลักษณะภายนอกเป็นม้าตัวสีชมพูมีขนฟูที่หางและคอมีลายเส้นหรือหัวใจลูกโป่งปาร์ตี้ด้านข้างลำตัวซึ่งเป็นสัญลักษณ์ประจำตัวละคร สามารถพูดคุ้ยได้เหมือนมนุษย์ เพศหญิง มีหน้าตาน่ารักและสดใส มีดวงตาใหญ่และสดใสแสดงถึงความน่ารักความร่าเริง สนุกสนานของตัวละคร Pinkie Pie มีความมุ่งมั่นในการจัดงานเลี้ยงและทำให้ทุกคนมีความสุขได้ เป็นตัวละครที่แจ่มใส พุดมาก รักความสนุกสนาน เสพติดการอยู่กับเพื่อน รักการปาร์ตี้ มีความกระตือรือร้นในการเฉลิมฉลองและจัดงานเลี้ยง

ช่วงปี 2008 ลอเรนเฟราสได้นำ My Little Pony generation 1 มาสร้างใหม่ซึ่งใน G นั้น ฟังก์ก็พายก็คือ เซอร์ไพรส์ ( Surprise ) ซึ่งมีลำตัวเป็นสีขาว ผมหสีเหลือง มีควิที่ตีมาร์คเป็นลูกโป่งสีม่วงแทน และเซอร์ไพรส์ไม่ใช่เผ่าพันธุ์ม้าดิน แต่เป็นเพกาซัสนั่นเอง

ประวัติ Pinkie Pie เป็นตัวละครใน "My Little Pony Friendship Is Magic" ซึ่งเป็นซีรีส์การ์ตูนที่ระบุถึงการเป็นมิตรและการเรียนรู้ควมรู้แบบมีค่าของนักเรียนม้าไปนี่. เธอมีความสำคัญในการสร้างความสนุกและความร่าเริงในเรื่องราว Pinkie Pie เป็นตัวละครที่น่ารักและเป็นที่รู้จักในวงกว้าง และบ่งบอกถึงความสนุกและความเพลิดเพลินในสายตาของเด็ก ๆ จึงได้เป็นพรีเซ็นเตอร์สินค้าและส่วนมากนั้นเป็นของเล่น สินค้าเสริมสวยๆ และวัสดุสำหรับเด็ก

#### 49. Twilight Sparkle



ที่มา [https://mlp.fandom.com/wiki/Twilight\\_Sparkle](https://mlp.fandom.com/wiki/Twilight_Sparkle)

Twilight Sparkle เป็นตัวละครของ My Little Pony franchise ซึ่งเป็นสรรพพลังของ Hasbro, Inc. ออกแบบโดย Lauren Faust, ศิลปินและผู้กำกับซีรีส์ My Little Pony Friendship Is Magic.

Twilight Sparkle เป็นม้ามีดวงตาสีม่วงเข้ม ลำตัวสีม่วงอ่อน แฉกคอและหางสามสี คือ สีน้ำเงินเข้ม, สีม่วง และสีชมพู มีควิตีมาร์คเป็นดาว 12 แฉก โดยมีดาว 6 แฉกสีขาวยุ ล้อมรอบ มีดาว 6 แฉกสีชมพูทับอยู่ และมีดาว 6 แฉกสีขาวยุ 5 ดวงล้อมรอบ ตัวละครเรียนเกี่ยวกับเวทมนตร์ เก่งเรื่องการคิดและการ มีพี่ชายชื่อไซนิ่งอาร์เมอร์ มีคู่หูเป็นลูกมังกรชื่อ สไปค์ และมีนกฮูกชื่ออาวอลลิเซียส เป็นม้าที่ฉลาด มีความรู้ ใจเย็น และเป็นนักวางแผน ช่วยแก้ไขสถานการณ์แก่ผู้คนยามเดือดร้อน ออกจะเป็นคนคิดมากหน่อย ๆ ทไวไลท์เป็นคนเดียวในกลุ่มเพื่อนที่สามารถใช้เวทมนต์ได้เก่งที่สุด เป็นคนที่ชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ และชื่นชอบการอ่านหนังสืออย่างที่สุด ในขณะเดียวกัน เจ้าตัวกลับมีนิสัยค่อนข้างขี้กังวลและคิดมาก บ่อยครั้งเธอจะแสดงความกังวลออกมาเกินเหตุ แต่ก็ทำให้ทไวไลท์เป็นคนรู้จักการวางแผนและวิเคราะห์สิ่งต่างๆ

Twilight Sparkle เป็นตัวเอกของเรื่องที่ถูกส่งมายังหมู่บ้าน Ponyville ในดินแดน Equestria โดยเจ้าหญิงเซเลสเซียส สปาร์กเคิลได้รู้จักกับเพื่อนๆ และเรียนรู้เรื่องราวต่างๆจากการผจญภัยร่วมกันในช่วงแรกๆ ที่ Twilight Sparkle ได้เข้ามาอยู่ในหมู่บ้าน Ponyville ตัวละครเป็นเรื่องบันเทิงใจในการเรียนรู้และแบ่งปันความรู้กับเพื่อนๆ เป็นปริศนาเตอร์ของหลายสินค้า My Little Pony ทั้งของเล่น สินค้าเสริมสวยๆ และวัสดุสำหรับเด็ก

## 50. Panda Jujutsu



ที่มา Panda | LinkedIn Jujutsu Kaisen Wiki | LinkedIn แฟนด้อม (fandom.com)

Panda เป็นตัวละครสนับสนุนหลักใน Jujutsu Kaisen และเป็นหนึ่งในตัวเอกหลักของภาคก่อน Jujutsu Kaisen 0: Jujutsu High แม้จะมีชื่อของเขา แฟนด้อมไม่ใช่แฟนด้อมตัวจริง แต่เขาเป็นศพต้องคำสาปกลายเป็นรูปอย่างกะทันหันที่สร้างขึ้นโดย Masamichi Yaga เขาเข้าเรียนที่ Jujutsu High ในฐานะนักศึกษาชั้นปีที่ 2 พร้อมกับ Maki, Toge และ Yuta

Panda มีลักษณะเป็นแพนด้ายักษ์ที่โตเต็มวัย สวมปลอกแขน ผ้าพันคอและแจ็คเก็ตในบางครั้ง มีอารมณ์ฉุนเฉียว สงบและมีอารมณ์ขันเป็นของตัวเอง มีความฉลาดมาก ต่อสู้เก่ง สามารถคิดนำผู้ต่อสู้คู่แข่งก้าวในการต่อสู้ มีบุคลิกที่เป็นเอกลักษณ์ของตัวละคร ตัวละครเป็นคนตลกชอบพูดเล่น สนุกกับเพื่อนใหม่ได้ง่าย แต่เวลาต่อสู้เขาสามารถควบคุมอารมณ์ และใจเย็นมากในการต่อสู้

Panda ใน Jujutsu Kaisen ซึ่งในเวลานี้กำลังเป็นหนึ่งในอนิเมะชื่อดังที่เป็นกระแสในหลายประเทศทั่วโลก ซึ่งครั้งนี้เรามารู้จักประวัติของ แฟนด้อม เป็นนักเรียนชั้นปีที่ 2 ของโรงเรียนไสยเวทย์

ด้วยความที่เป็นตัวละครที่มีชื่อเสียง Panda จึงเป็น 1 ในคาแร็คเตอร์ที่ได้รับเลือกไป Collab กับแบรนด์แฟชั่นใหญ่ชั้นนำจากอิตาลีอย่าง DOLCE&GABBANA ที่นำเอาวัฒนธรรมของญี่ปุ่นกับอิตาลีเลียนมาร่วมกันจนเกิดเป็นคอลเล็กชั่นพิเศษ

## 51. Flash



ที่มา <https://www.sanook.com/movie/58397/>



Walt Disney Animation Studios, ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ The Walt Disney Company การออกแบบของ Flash ใน Zootopia ถูกดำเนินโดยทีมผู้สร้างภาพยนตร์แอนิเมชันของ Walt Disney Animation Studios.

Flash เป็นตัวการ์ตูนที่มีลักษณะเหมือนกับตัวสล้อท มีความเฉื่อยช้า ถึงแม้ว่าจะทำด้วยความรวดเร็วแต่ก็ยังเชื่องช้าสุดๆ อยู่ดีทำงานอยู่ในกรมขนส่งอีกทั้งยังเป็นเอกลักษณ์ของตัวละคร ตัวละครนี้เป็นตัวละครขโมยขึ้นประจำเรื่อง แอนนิเมเตอร์ได้รับแรงบันดาลใจมาจากตัวสล้อทจริงๆ แต่มีการดีไซน์มุกตลกเข้าไปด้วยการมองว่ามันเป็นสิ่งที่ชีวิตที่พุดช้า ทีมงานเลยใช้วิธีการเว้นช่องไฟระหว่างคำนานๆ เพื่อสร้างความอึดอาดให้กับตัวละครนี้ Flash ปรากฏตัวครั้งแรกใน Zootopia ซึ่งเป็นภาพยนตร์แอนิเมชันที่เปิดตัวในปี 2016 โดยมีบทบาทเล็กน้อยในเรื่องแต่กล่าวถึงความลำบากทางกายภาพของสล้อทที่ต้องทำงานในหน่วยงานการเดินทางของ Zootopia

## 52. Yuji Itadori



ที่มา Yuji Itadori | Jujutsu Kaisen Wiki | Fandom

Yuji Itadori เป็นตัวเอกหลักของซีรีส์ Jujutsu Kaisen เขาเป็นลูกชายของ Jin Itadori และ Kaori Itadori ยูจิเป็นหลานชายของวาสุเกะอิตาโดริที่ใช้ชีวิตตามปกติจนกระทั่งเขาได้พบกับเมกุมิและกินนีมือของซุกุนะ หลังจากกลายเป็นเรือของ Sukuna ยูจิก้เริ่มเข้าเรียนที่ Tokyo Jujutsu High ร่วมกับ Megumi และ Nobara ในฐานะนักศึกษาชั้นปีที่ 1

Yuji Itadori เป็นชายหนุ่มที่มีความสูงเฉลี่ยและดูเหมือนจะมีรูปร่างเพรียวบาง สวมแจ็กเก็ตมีผู้กดสีอ่อน กางเกงขายาวสีดำข้อมือสูง สวมรองเท้าสีแดง มีดวงตาสีน้ำตาลอ่อนค่อนข้างใหญ่ และผมสีชมพูแหลมคม ที่มีสไตล์ในแบบอันเดอร์คัต เป็นตัวละครที่มรความเสียสละอย่างมาก หากเพื่อนลำบากมักจะเข้าไปช่วยเหลืออยู่เสมอ มีความกระตือรือร้นในเป้าหมาย สามารถเรียนรู้และปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมรอบข้างได้อย่างรวดเร็ว

Yuji Itadori ใน Jujutsu Kaisen ซึ่งในเวลานี้กำลังเป็นหนึ่งในอนิเมะชื่อดังที่เป็นกระแสในหลายประเทศทั่วโลก ซึ่งครั้งนี้เรารู้จักประวัติของ อิตาโดริ ยูจิ เป็นนักเรียนชั้นปีที่ 1 ของโรงเรียนไสยเวทย์ และต่อมาได้ Collab กับแบรนด์แฟชั่นใหญ่ชั้นนำจากอิตาลีอย่าง DOLCE&GABBANA ที่นำเอาวัฒนธรรมของญี่ปุ่นกับอิตาลีเลียนมาร่วมกันจนเกิดเป็นคอลเล็กชั่นพิเศษ

### 53. Pooh



ที่มา <https://th.wikipedia.org/wiki/วินนี่-เดอะ-พูห์>

Pooh ถูกออกแบบโดย E.H. Shepard, นักวาดภาพหนังสือเด็กชาวอังกฤษ

Pooh เป็นหมีน่ารัก ตัวสีเหลือง สวมเสื้อสีแดง เป็นตัวละครที่ใจดี อ่อนโยน มีความเป็นเพื่อนที่ดี มีนิสัยและอารมณ์ที่ดี มีใจกว้าง มุ่งมั่นในการพบปะและสนทนากับเพื่อน มีความรู้เกี่ยวกับความสนใจของเพื่อน และเป็นมีความเป็นเพื่อนที่ดี สิ่งที่สำคัญที่สุดของพูห์กลับเป็นน้ำผึ้ง และจะหิวอยู่ได้ตลอด ไม่ว่าสิ่งใดจะเจียบอยู่แต่ท้องของพูห์ก็จะร้องดังขึ้นมาเสมอ

Pooh เป็นตัวละครที่มีสร้างขึ้นโดย เอ. เอ. มิลน์ และตีพิมพ์ครั้งแรกเมื่อ 14 ตุลาคม ค.ศ. 1926 ในหนังสือเรื่อง วินนี่-เดอะ-พูห์ และ เดอะเฮาส์แอดพูห์คอร์เนอร์ (1928) เนื้อเรื่องในหนังสือมีลักษณะคล้ายกับ ป่าแอซดาวน์ ในเมืองอีสต์ซัสเซก ในประเทศอังกฤษ โดยชื่อ วินนี่ มาจากชื่อตุ๊กตาดาว์นของทหารชาวแคนาดานายหนึ่ง ซึ่งตั้งตามชื่อเมือง วินนี่เพก ในประเทศแคนาดา นอกจากหมีพูห์แล้วเพื่อนในป่าที่ได้รับความนิยมได้แก่ พิกเล็ต ทิกเกอร์ แร็บบิท และ อีเยอร์ ต่อมา วอลต์ดิสนีย์ ได้นำวินนี่-เดอะ-พูห์ มาจัดทำและได้เปลี่ยนชื่อเรื่องเป็น Winnie the Pooh (โดยไม่มีเครื่องหมายขีด) และหมีพูห์ได้กลายมาเป็นสัญลักษณ์หนึ่งของดิสนีย์

#### 54. Pink Panther



ที่มา <https://th.wikipedia.org/wiki/พิงค์แพนเตอร์>

"Pink Panther" เป็นผลงานของ "United Artists," ซึ่งเป็นบริษัทผลิตภัณฑ์ภาพยนตร์และโทรทัศน์ที่ถูกสร้างโดยนักสร้างภาพการ์ตูนชาวอเมริกันชื่อ "Friz Freleng" และ "David H. DePatie."

Pink Panther เป็นสื่อคำต้วสี่ชมพูที่มีเอกลักษณ์สำคัญ มีหน้าตาที่น่าเอ็นดูและน่ารัก มีนิสัยที่ค่อนข้างเจ้าชู้และรักสนุกสนาน ชอบสำรวจและตามหาความสนุก มุ่งมั่นในการสร้างความเป็นกันเอง

Pink Panther ปรากฏตัวครั้งแรกของตัวละคร Pink Panther แบบแอนิเมชันในซีรีส์ชื่อเรื่องของภาพยนตร์ไลฟ์แอ็กชันกำกับโดยFriz Frelengประสบความสำเร็จอย่างมากกับผู้ชมและ United Artistsที่สตูดิโอได้เซ็นสัญญากับ Freleng และสตูดิโอDePatie – Freleng Enterprises เพื่อทำสัญญาหลายปี ของPink Pantherละครการ์ตูนสั้น รายการแรกในซีรีส์เรื่องThe Pink Panther ในปีพ. ศ. 2507 ให้ความสำคัญกับ Pink ที่ก่อวินพอยล์ของเขาชายที่มีหนวดสีขาวตัวเล็ก ๆ ซึ่งมักถูกมองว่าเป็นภาพล้อเลียนของ Friz Freleng ตัวละครนี้เป็นที่รู้จักอย่างเป็นทางการว่าThe Little Man โดยพยายามอย่างต่อเนื่อง ในการหาบ้านสีฟ้าของชายน้อยสี่ชมพู Pink Pantherได้รับรางวัลออกสการ์สาขาภาพยนตร์สั้นแอนิเมชันปี 1964 และกางเกงขาสั้นที่ตามมาในซีรีส์เรื่องนี้ มักจะมี Pink Panther ประทับกับ Little Man เป็นภาพยนตร์ที่ประสบความสำเร็จ

#### 55. Piglet



ที่มา [https://hmong.in.th/wiki/Piglet\\_\(Winnie-the-Pooh\)](https://hmong.in.th/wiki/Piglet_(Winnie-the-Pooh))

"Piglet" เป็นตัวละครที่สร้างโดย A.A. Milne และ Ernest H. Shepard ในเรื่องราวของ Winnie the Pooh ถูกสร้างโดย Ernest H. Shepard, ศิลปินและนักวาดภาพการ์ตูนชาวอังกฤษ

Piglet เป็นลูกหมูตัวเล็กที่น่ารัก มีผิวสีชมพูและสีม่วง เป็นตัวละครที่อ่อนโยน ขี้อาย และขาดความเชื่อมั่นในตนเอง มีความกลัวและความกระวนกระวายใจในขณะที่เขาวิ่งหรือซ่อนตัว มักจะพูดติดอ่างเมื่อรู้สึกประหม่า มีความกล้าหาญ ใจกว้างในหมู่มิตร ไม่ค่อยกระตือรือร้นที่จะทำอะไร มีอารมณ์เป็นศิลปินชอบร้องเพลงแต่งกลอนให้เพื่อนๆ ฟัง

Piglet เป็นตัวการ์ตูนที่ถูกสร้างขึ้นในหนังสือเรื่องแรกของ Winnie the Pooh ในปี 1926 โดย A.A. Milne และ Ernest H. Shepard. ตัวการ์ตูนนี้กลายเป็นตัวละครที่น่ารักและได้รับความนิยมจากเด็กและผู้ใหญ่ตลอดเวลา Piglet อาจจะเป็นฟรีเซ็นเตอร์สินค้าที่เกี่ยวข้องกับแฟรนไชส์ของ Winnie the Pooh เช่น ของเล่น, เสื้อผ้า, หรือสินค้าที่นำรูปหรือลายการ์ตูนของ Piglet มาใช้ในการตลาด. ตัวการ์ตูนที่มีความนิยมแบบนี้มักจะมีการใช้ในโฆษณาสินค้าต่าง ๆ ด้วย

#### 56. No Face



ที่มา <https://pantip.com/topic/30842422>

"No-Face" เป็นตัวการ์ตูนที่เป็นส่วนหนึ่งของสตูดิโอจิบลิ (Studio Ghibli), ซึ่งเป็นสตูดิโอ นำเสนอผลงานทางภาพยนตร์แอนิเมชันยอดเยี่ยมจากญี่ปุ่น เป็นตัวละครที่น่าสนใจและมีความ เป็นที่รู้จักจากภาพยนตร์แอนิเมชันชื่อดังที่ชื่อ "Spirited Away" จากสตูดิโอจิบลิ ออกแบบโดย Hayao Miyazaki, ผู้กำกับภาพยนตร์และนักวาดภาพการ์ตูนชาวญี่ปุ่นที่เป็นนักกำกับหนังชื่อดัง

No-Face จะปรากฏในสถานะกึ่งโปร่งใสขณะเลือนเข้าและออกจากการ มองเห็น อวัยวะของเขามองเห็นได้ เต็มเป็นจังหวะในหลายรัฐ รูปร่างของเขาคลายกับท่อยาวสี ดำ แม้ว่าจะไม่รู้ว่ No-Face มีร่างกายหรือไม่ แต่ก็แสดงให้เห็นว่าเขาสามารถพัฒนาแขนและขา โดยสามารถทิ้งรอยเท้าไว้ในขณะที่เขาเดินได้ หน้ากากที่ดูเป็นกลางร้ายและไร้สีหน้าซึ่งมีไฮไลต์สี เทาม่วงถูกวาดไว้บน "หัว" ของเขา และถึงแม้จะมี "ปาก" ที่วาดอยู่บนหน้ากาก แต่ No-Face ก็ แสดงให้เห็นว่าปากที่แท้จริงและซ่อนไว้ได้อย่างเชี่ยวชาญของเขานั้นใหญ่กว่า มืออยู่ขึ้นหนึ่งบน หน้ากากของเขา

No-Face เป็นตัวละครใน Spirited Away แสดงให้เห็นว่าเขามีความสามารถใน การตอบสนองต่ออารมณ์และกลิ่นกินบุคคลอื่นเพื่อให้ได้บุคลิกภาพและลักษณะทางกายภาพของ พวกเขา No-Face ได้รับการแนะนำครั้งแรกโดยยืนอยู่บนสะพานเพื่อเฝ้าดู Chihiro และ Haku ที่เร่ง รีบ ซึ่งในเวลานั้นพยายามหลีกเลี่ยงวิญญาณใดๆ จากการข่มเหงเธอเนื่องจากเป็นมนุษย์ ต่อมา เขาก็หายตัวไปและปรากฏตัวอีกครั้งบนสะพานในเช้าวันต่อมา เฝ้าดูชิอิโรที่ผ่านไปด้วยความ หลงใหล ในเฟซปรากฏตัวอีกครั้งหลังจากที่ชิอิโรผู้มีน้ำใจปล่อยให้เขาเข้าไปในโรงอาบน้ำซึ่งกังวล ว่าเขาจะเปียกขณะรอท่ามกลางสายฝน เขาไหลออกมาอีกครั้งข้างๆ โพรแมนโดยขโมยเหรียญ ุอบน้ำให้ชิอิโร ดีใจที่เธอชอบคุณเขา จากนั้นในเฟซก็ขโมยโทเค็นเพิ่ม แต่สุดท้ายก็ถูกชิอิโร ปฏิเสธ ซึ่งบอกเขาว่าเธอต้องการเพียงอันเดียว ด้วยความท้อแท้ No-Face หายไป ทิ้งโทเค็นให้ล้ มลงกับพื้น

## 57. Pompompurin



ที่มา <https://www.facebook.com/thestandardth/posts/1858067201152830/>

Pompompurin เป็นตัวการ์ตูนของ Sanrio, ซึ่งเป็นบริษัทที่ผลิตตุ๊กตาและสินค้าน่ารักต่างๆ ที่มีความนิยม และมีคอนเสิร์ตการ์ตูนหลากหลายรูปแบบโดย Akemi Takada, ศิลปินและนักวาดภาพการ์ตูนชื่อดังที่มีผลงานหลายรางวัล

Pompompurin เป็นตุ๊กตาที่มีรูปร่างของหมาน้อยที่น่ารัก มีหน้าตาน่ารัก และสีเหลืองอ่อนเป็นลักษณะที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ มักมีหมวกสีน้ำตาลที่มีรูปร่างเป็นประตูลูกๆ ด้านบน Pompompurin มีนิสัยน่ารัก, ฝอยคล้าย, และเป็นมิตร ร่าเริงชอบใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการจับหลับและการออกไปเที่ยวเล่นกับเพื่อนซึ่งตัวน้อยมีฟัน อาหารที่ชอบคือขนมและอาหารนุ่มๆ และพูดถึงคืออาหารที่ปูรินชอบมาก

Pompompurin เป็นตุ๊กตาสุนัขโกลเด้นรีทริฟเวอร์ที่มีอัธยาศัยดีซึ่งได้รับการแนะนำโดย บริษัท Sanrio ของญี่ปุ่นในปี 1996 พูรินเกิดในวันที่มีแดดจัดในวันที่ 16 เมษายน ปอมปอมปูรินอาศัยอยู่ในกระท่อมของตัวเองในโรงทางเข้าบ้านน้องสาวเจ้าของของเขา เครื่องหมายการค้าของเขาคือหมวกเบเรต์สีน้ำตาลของเขาที่อยู่บนหัวของเขาเสมอ อาหารโปรดของ Pompompurin คือพูดถึงของแม่ของเขา เป็นตัวการ์ตูนที่มีชื่อเสียงมาก และได้เป็นที่รู้จักในการใช้ในโฆษณาของ Sanrio และสินค้าที่เกี่ยวข้องกับ Pompompurin. Pompompurin เป็นตุ๊กตาที่นิยมในการตลาดสินค้าต่างๆ และเป็นพรีเซ็นเตอร์สำหรับหลายรายการสินค้าและบริการ เช่น อาหาร ของเล่น สินค้าเครื่องเขียน และอื่นๆ. Pompompurin ได้เป็นตุ๊กตาที่มีอิทธิพลในวงการแฟชั่นและการตลาดในประเทศญี่ปุ่น

## 58. Batman



ที่มา <https://th.wikipedia.org/wiki/แบทแมน>

Batman เป็นตัวละครทางการ์ตูนของ DC Comics, ซึ่งเป็นบริษัทผลิตการ์ตูนชื่อดังในวงการการ์ตูนอเมริกัน ถูกสร้างและออกแบบโดยฮาร์ก เฟลด์ เบน เดอร์ และบอบ แคน ทั้งคู่เป็นผู้กำกับคนร่วมและนักเขียนบท

Batman เป็นซูเปอร์ฮีโร่สุดแกร่งที่มีความสามารถที่ผ่านการฝึกฝนมาหลากหลายรูปแบบเพื่อข้ามความสามารถของมนุษย์ทั่วไป ทั้งการต่อสู้, การพรพลงตัว, กายกรรมและฝึกฝนการหลบหนี ด้านสติปัญญาเป็นยอดนักสืบ, วิศวกร, นักกลยุทธ์และนักอาชญาวิทยา ตัวละครใช้เล่ห์กลในการวางแผนจับเหล่าวายร้ายซึ่งเขามีแรงบันดาลใจมาจากบาดแผลในใจเกี่ยวกับการตายของพ่อแม่

Batman เป็นซูเปอร์ฮีโร่ปรากฏตัวในหนังสือการ์ตูนอเมริกันตีพิมพ์โดยดีซีคอมิกส์ ตัวละครสร้างโดยศิลปิน บ็อบ เคนและนักเขียน บิล ฟิงเกอร์ และปรากฏตัวครั้งแรกในหนังสือการ์ตูน ดีเทกทิฟคอมิกส์ ฉบับที่ 27 เมื่อวันที่ 30 มีนาคม ค.ศ. 1939 ในความต่อเนื่องของจักรวาลดีซี แบบแมนเป็นนามแฝงของ บรูซ เวย์น เศรษฐีเพลย์บอยอเมริกัน, ผู้ใจบุญและนักอุตสาหกรรมซึ่งอาศัยอยู่ในเมืองก๊อตแธม เรื่องราวต้นกำเนิดของแบบแมนแสดงให้เห็นว่าเขาสาบานจะล้างแค้นกับเหล่าอาชญากร หลังจากได้เห็นการฆาตกรรมพ่อแม่ของเขา โทมัสและมาร์ธา ซึ่งเป็นความอาฆาตที่เต็มไปด้วยอุดมคติแห่งความยุติธรรม เขาฝึกฝนตนเองทั้งทางร่างกายและสติปัญญา, สร้างสัญลักษณ์ค้างคาวและสังเกตการณ์ถนนในเมืองก๊อตแธมในตอนกลางคืน เคน, ฟิงเกอร์และผู้สร้างคนอื่น สร้างตัวละครสนับสนุนที่ช่วยเหลือแบบแมน Batman เป็นตัวการ์ตูนที่ได้รับความนิยมมากในทุกๆ ยุค และเคยถูกนำมาใช้ในโฆษณาของหลายๆ บริษัท ไม่ว่าจะเป็นเกม อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ หรือสินค้าการ์ตูนเพื่อส่งเสริมการขายในท้องถิ่นและทั่วโลก. Batman ยังเป็นตัวละครที่เป็นฟรีเซ็นต์เตอร์และเคยถูกนำมาใช้โปรโมทสินค้าและบริการต่างๆ อย่างกว้างขวางในหลายรูปแบบ รวมถึงอนิเมชัน หนังสือ และเกมคอมพิวเตอร์

## 59. Barbie





ที่มา

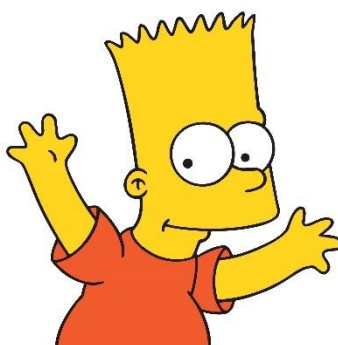
[https://www.facebook.com/OfficialBarbieSEA/?brand\\_redir=218631662408&locale=th\\_TH](https://www.facebook.com/OfficialBarbieSEA/?brand_redir=218631662408&locale=th_TH)

Barbie เป็นแบรนด์ของบริษัท Mattel, Inc. ซึ่งเป็นบริษัทผลิตของเล่นที่มีชื่อเสียงทั่วโลก ถูกออกแบบโดย Ruth Handler ภรรยาของผู้ก่อตั้งบริษัท Mattel, Inc.

Barbie มีลักษณะทางกายภาพเป็นคุณหญิงในรูปแบบของตุ๊กตาที่มีสัดส่วนคนจริงที่แตกต่างออกมาอย่างโดดเด่น Barbie มีลักษณะนิสัยที่สร้างสรรค์และแอบแฝงความโรแมนติก ตลกสนุก และเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับแนวชีวิตของผู้หญิงที่มีความเป็นกลาง Barbie มีหน้าตาที่สวยงามและเป็นไอคอนของความสวยงามในหลายปีจวบจน Barbie มุ่งมั่นที่จะเสนอแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความสวยงาม และเนื้อหาที่เสนอการต่อสู้ต่อต้านความทำทลายทางสังคม Barbie มีความสามารถที่เป็นไปได้ในหลายบทบาทและอาชีพ รวมถึงการเป็นแพทย์, นักบิน, นักแสดง, นักแต่งงานและอื่น ๆ ตามต้องการของเรื่องนั้น ๆ Barbie มีความรู้และประสบการณ์ที่หลากหลายตามบทบาทและอาชีพต่าง ๆ ที่มีในเรื่องนั้น ๆ Barbie ถูกสร้างขึ้นครั้งแรกในปี ค.ศ. 1959 โดย Ruth Handler ภรรยาของผู้ก่อตั้งบริษัท Mattel, Inc. เพื่อเป็นตุ๊กตาที่แสดงแนวคิดของสตรีในวัยทำงาน ตัวละครนี้ได้รับการยอมรับมากในช่วงปลายทศวรรษ 1950s และตลอดระยะเวลา

Barbie เป็นตุ๊กตาจำลองรูปคน ส่วนมากมักจะเป็นเด็กผู้หญิง หญิงสาวหรือไม่ก็เป็นเจ้าหญิง เน้นเรื่องการแต่งตัวตามแฟชั่น สัดส่วนของตุ๊กตาจะจำลองจากขนาดของคนจริง ๆ ที่ย่อขนาดลงมา 6 เท่าแต่ความสูงนั้นจะอยู่ที่ 11.5 นิ้วโดยประมาณ ผลิตโดย บริษัท แมทเทล เริ่มตั้งแต่วันที่ 9 มีนาคม ค.ศ. 1959 (พ.ศ. 2502) จากการรังสรรค์ของรูธ แฮนด์เลอร์ นักธุรกิจสาวอเมริกัน Barbie เป็นตัวละครที่นิยมในการตลาดสินค้าต่างๆ และเป็นฟรีเซ็นเตอร์สำหรับหลายรายการสินค้าและบริการ เช่น อาหาร ของเล่น สินค้าเครื่องเขียน และอื่นๆ

## 60. Bart Simpson



ที่มา [https://en.wikipedia.org/wiki/Bart\\_Simpson](https://en.wikipedia.org/wiki/Bart_Simpson)

Bart Simpson เป็นตัวละครทางการ์ตูนของ 20th Century Fox Television, ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของ The Walt Disney Company ออกแบบโดย Matt Groening, นักสร้าง "The Simpsons" ทั้งซีรีส์และตัวการ์ตูน

Bart Simpson เป็นลูกชายที่มีเสน่ห์และกินจะดีใจ มีทรงผมที่น่าจดจำและเป็นสีเหลือง เขามักใส่เสื้อยืดสีส้มและกางเกงขาสั้นสีน้ำเงิน นิสัยของตัวละครแสดงให้เห็นถึงความซึ่โลนและมุขขันของเด็กวัยรุ่นทั่วไป Bart Simpson ไม่เคารพผู้ใหญ่ และผู้มีอำนาจเป็นตัวละครที่มีนิสัยแถมใส่ชอบเล่นและชอบหลีกเลียงการเรียน ตัวละครมักเล่นมุขขันตลอดเวลา Bart Simpson มุ่งมั่นที่จะพัฒนาตนเองและหาความสนใจ เป็นตัวละครที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีความสามารถทางศิลปะและการวาดภาพ Bart Simpson เป็นนักเรียนที่ไม่ค่อยตั้งใจเรียนและไม่โดดเด่นในด้านการศึกษา

Bart Simpson เป็นตัวละครที่ปรากฏครั้งแรกในรายการโทรทัศน์ "The Simpsons" ที่ออกอากาศครั้งแรกเมื่อวันที่ 17 ธันวาคม ค.ศ. 1989 ในซีซั่นแรกของรายการ. ตัวการ์ตูนนี้ถูกสร้างขึ้นเพื่อเป็นการล้อเลียนและเยาวชนวัยรุ่นของยุคนั้น, เนื่องจากนั้นก็ได้รับความนิยมและรับรางวัลมากมาย. การออกแบบของ Bart Simpson และตัวละครอื่นๆ ใน The Simpsons มีลักษณะการ์ตูนที่สอดคล้องกับสไตล์ของ Matt Groening Bart Simpson เป็นตัวการ์ตูนที่มีชื่อเสียงและถูกนำมาใช้ในโฆษณาของหลายบริษัท ไม่ว่าจะเป็นโฆษณาสินค้าเด็กหรือผลิตภัณฑ์ทั่วไป. นอกจากนี้ยังมีการใช้ Bart Simpson เป็นตัวละครฟรีเซ็นเตอร์ในสินค้าเสริมเกม วิดีโอเกม และสินค้าที่เกี่ยวข้องกับ The Simpsons อย่างแพร่หลาย เป็นต้นว่าเกมคอมพิวเตอร์ "The Simpsons Hit & Run" และเกมบนโทรศัพท์มือถือ "The Simpsons Tapped Out"

## 61. Buzz Lightyear



ที่มา [https://en.wikipedia.org/wiki/Buzz\\_Lightyear](https://en.wikipedia.org/wiki/Buzz_Lightyear)

Buzz Lightyear เป็นตัวละครทางการ์ตูนของ Pixar Animation Studios, ซึ่งเป็นบริษัท ภายใต้ The Walt Disney Company ถูกออกแบบโดย Pete Docter ซึ่งเป็นผู้กำกับและนักสร้าง "Toy Story" และ John Lasseter ซึ่งเป็นนักสร้างและมีชื่อเสียงทางด้านอนิเมชัน

Buzz Lightyear เป็นตัวการ์ตูนที่สวมใส่ชุดอวกาศสีเขียว สีม่วงและสีขาว มีปีกข้างๆ สามารถทำให้บินได้ มีนิสัยที่มีความมุ่งมั่น เข้มงวด กล้าหาญ มุ่งมั่นที่จะปกป้องสิ่งที่ดี ทำสิ่งที่ถูกต้องและมุ่งมั่นที่จะเป็นนักรบอวกาศที่ดีที่สุด มีทักษะในการต่อสู้ มีความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีและอวกาศ

Buzz Lightyear เป็นตัวละครหลักในแฟรนไชส์ Toy Story ของดิสนีย์ - พิกซาร์พากย์เสียงโดยทิม อัลเลน เขาเป็นแอ็คชั่นฟิกเกอร์ของเล่นซูเปอร์ฮีโร่ที่สร้างจาก แฟรนไชส์สื่อในจักรวาลซึ่งประกอบด้วยภาพยนตร์ บล็อกบัสเตอร์ และ ซีรีส์แอนิเมชัน Space Ranger Buzz Lightyear ได้รับการใช้ในโฆษณาสินค้าเกี่ยวข้องกับ "Toy Story" และก็เป็นตัวละครที่มีความนิยมในการโปรโมทสินค้าเสริมเกม ของเล่น และสินค้าที่เกี่ยวข้องกับ Toy Story. เขายังเป็นตัวละครที่ได้รับความนิยมในการแสดงโชว์และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ Disney.

## 62. Bugs Bunny



ที่มา

[https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fen.wikipedia.org%2Fwiki%](https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fen.wikipedia.org%2Fwiki%2F)

Bugs Bunny เป็นตัวละครการ์ตูนที่เป็นทรัพย์สินของ Warner Bros. Entertainment, Inc., ซึ่งเป็นบริษัทสื่อบันเทิงที่มีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมบันเทิงของสหรัฐอเมริกาและทั่วโลก ถูกสร้างและออกแบบโดย Tex Avery, Bob Clampett, และ Robert McKimson ที่เป็นนักสร้างและนักวาดการ์ตูนที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของ Warner Bros ตั้งแต่ยุค 1930s

Bugs Bunny เป็นกระต่ายป่าที่มีหูยาว ชอบแทะแครอท แต่ไม่ชอบแสดงถึงความเป็นกระต่ายป่า เป็นกระต่ายที่ฉลาดมีไหวพริบชอบใช้สมอง พุดจาบมุมวลอ่อนโยน แต่แฝงไปด้วยความหลักแหลม ชอบใช้สมองในการเล่ห์กลทุกรูปแบบเพื่อเอาชนะผู้ต่อสู้ มีนิสัยอ่อนโยน ยีเยวน กวนประสาท ชอบเล่นตลกขบขัน และชอบการขนะเป็นชีวิต

Bugs Bunny ตัวการ์ตูนใน ลูนีย์ทูนส์ ซึ่ง การ์ตูนซีรีส์เป็นตอน ๆ และเป็นตัวการ์ตูนที่เป็นที่รู้จักไปทั่วโลก บักส์บอกว่าเขาเกิดในปี พ.ศ. 2483 ( ค.ศ. 1940) ที่ย่าน บรูกลิน ใน นครนิวยอร์ก แต่เสียงของ เมล แบลงก์ ซึ่งพากย์เสียงของ บักส์ บันนี่ เป็นสำเนียงลูกผสมระหว่างคนย่าน บรองซ์ กับบรูกลิน บักส์เป็นที่รู้จักกันดีจากการเป็นคู่แค้นกับ เอลเมอร์ ฟัดด์ โยเซมิตี แซม มาร์วิน มาร์เชียน แดฟฟี ดัคส์ แม้กระทั่ง ไวลี อี. ไคโยตี (ซึ่งโดยปกติแล้วจะไล่ล่า ไรด รันเนอร์ (Road Runner) หรือ ตัว "บีบ บีบ" ที่เรารู้จักกันดี) ทุกครั้งที่มีการมีเรื่องมีราวกัน บักส์จะลงเอยเป็นผู้ชนะเสมอ โดยเฉพาะตอนที่กำกับโดย ชัคก์ โจนส์ ผู้ซึ่งชอบจับคู่ชน ระหว่าง "ผู้ชนะ" กับ "ผู้แพ้" เนื่องจากโจนส์เป็นห่วงว่า ในที่สุดผู้ชมจะหมดความเห็นอกเห็นใจให้กับ บักส์ ซึ่งเป็นผู้ชนะตลอด (โดยปกติ ผู้ชนะมักจะ เป็นฝ่ายที่ก้าวร้าวกว่า) โจนส์จึงได้วางเนื้อเรื่องให้บักส์นั้นถูกรังแก ถูกล้อลวง และถูกข่มขู่ ซ้ำแล้วซ้ำเล่า จากอีกฝ่ายที่มีเรื่องกันเสมอ หลังจากถูกหาเรื่อง (ปกติแล้วจะเกิดขึ้น 3 ครั้ง) บักส์ก็จะพูดว่า "Of course, you realize this means war" (แน่นอน คุณก็เห็นว่าเป็นสงคราม) เป็นคำพูดที่ โจนส์ เอามาจาก เกรกอรี มาร์กช และผู้ชมก็จะไม่ว่าอะไร ในลักษณะเป็นเชิงให้อภัยให้บักส์นั้น เริ่มใช้ความรุนแรงตอบโต้ได้



63. Nobita



ที่มา [https://th.wikipedia.org/wiki/โนบิ\\_โนบิตะ](https://th.wikipedia.org/wiki/โนบิ_โนบิตะ)

โนบิตะ (Nobita) เป็นตัวละครการ์ตูนที่เป็นทรัพย์สินของ Shogakukan Inc. และ Shueisha Inc. ซึ่งเป็นบริษัทการ์ตูนชั้นนำในญี่ปุ่น ถูกสร้างและออกแบบโดย Fujiko F. Fujio (อิโระ ฟุจิโอะ) ซึ่งเป็นนามปากกาของคู่ประพันธ์ Hiroshi Fujimoto และ Motoo Abiko

Nobita เป็นเด็กหม่อม ใสแวนตา สวมใส่เสื้อสีแดงกางเกงสีน้ำเงิน มีนิสัยขี้แย ขี้เกียจ ขี้ อิจฉา รักสัตว์ รักเพื่อน ซึ่งสงสารอารมณ์อ่อนไหวและรักความยุติธรรม ไม่เคยพึ่งพาตัวเอง เรียน หนังสือไม่เก่ง มีความคิดสร้างสรรค์ในการแก้ไขปัญหา ไม่มีความมั่นใจในตนเอง ชอบนอน กลางวันและอ่านหนังสือการ์ตูนและชอบเล่นมุขตลกห่วยๆ มักจะชอบโนกลั่นแกล้งจากเพื่อนๆ แล้ว ไปขอความช่วยเหลือจากโดราเอมอน

Nobita เกิดเมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2507 (ค.ศ. 1964) ชื่อโนบิตะมาจากการที่พ่อตั้งให้ หมายถึงการเติบโตอย่างแข็งแรงและเจริญก้าวหน้าไม่สิ้นสุด เป็นตัวละครในการ์ตูนโดราเอมอน และมังงะซีรีส์ที่สร้างโดยฟูจิโอะฟูจิโอะนามปากกาของทีมเขียนอิโรชิฟูจิโมโตะและโมโตะอาบิโกะ ที่รู้จักกันในชื่อดีนีย์ , Specky และ Noby Nobi ในบางส่วนของการ์ตูนที่แปลเป็นภาษาอังกฤษอะนิเมะ โนบิตะมักจะเป็นภาพที่เป็นวิชาการเป็นนักเรียนโรงเรียนประถมศึกษาในโตเกียว 's Nerima วอร์ดและ ลูกชายคนเดียวของ Nobisuke และ Tamako Nobi ที่ได้รับการดูแลอย่างต่อเนื่องโดยตัวละครไต เติ้ลของซีรีส์แมวหุ่นยนต์จากอนาคตที่ส่งย้อนเวลากลับไปโดยลูกหลานของโนบิตะ นอกจากโดราเอมอนแล้วโนบิตะยังถือเป็นหนึ่งในตัวละครมังงะที่ได้รับความนิยมและเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง เนื่องจากความนิยมของซีรีส์ซึ่งขยายไปไกลกว่าประเทศญี่ปุ่น

#### 64.Nemo



ที่มา [https://en.wikipedia.org/wiki/Finding\\_Nemo](https://en.wikipedia.org/wiki/Finding_Nemo)

นีโม (Nemo) เป็นตัวละครการ์ตูนที่เป็นทรัพย์สินของ Pixar Animation Studios, ซึ่งเป็นบริษัทผลิตภาพยนตร์ที่สื่อบันเทิงและหนังแอนิเมชันที่มีชื่อเสียงทั่วโลก Pixar Animation Studios เป็นบริษัทในเครือของ The Walt Disney Company นีโม (Nemo) ถูกออกแบบโดย Andrew Stanton, Lee Unkrich, และ Bob Peterson ซึ่งเป็นสมาชิกในทีมผู้สร้างของ Pixar Animation Studios

Nemo เป็นปลาการ์ตูนที่สีส้มสดใสที่มีลวดลายสวยงาม น่ารักน่าหลงใหล พุดจาได้เหมือนกับมนุษย์ทั่วไป เป็นปลาเด็กที่ขี้อาย ขี้กลัว ใช้ความกล้าในการผจญภัยในโลกใต้ท้องทะเลเพื่อที่จะกลับบ้านไปหาครอบครัว สามารถเรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งมีชีวิตใต้ท้องทะเลเพื่อที่จะเดินทางกลับบ้าน ความน่ารักของตัวละครสามารถดึงดูดคนดูได้อย่างง่ายดาย

Nemo เป็นภาพยนตร์คอมพิวเตอร์แอนิเมชันอเมริกันแนวผจญภัย ฉายเมื่อปี ค.ศ. 2003 สร้างโดย พิกซาร์แอนิเมชันสตูดิโอส์ และจัดจำหน่ายโดย วอลต์ดิสนีย์พิกเชอส์ กำกับและเขียนบทร่วมโดย แอนดรูว์ สแตนต์ตัน และมี ลี อุนคริช เป็นผู้กำกับร่วม บทภาพยนตร์เขียนโดย บ็อบ ปีเตอร์สัน, เดวิด เรย์โนลด์สและสแตนต์ตัน จากเนื้อเรื่องโดยสแตนต์ตัน ภาพยนตร์แสดงนำจากการให้เสียงโดย อัลเบิร์ต บรูกส์, เอลเลน ดีเจนเนอริส, อเล็กซานเดอร์ กูลด์และวิลเลียม เดโฟ ภาพยนตร์เล่าเรื่องราวของ มาร์ลิน ปลาการ์ตูนที่มีนิสัยปกป้องเกินเหตุ โดยเขาร่วมเดินทางกับ ดอรี่ ปลาซีตั้งเบ็ดฟ้า เพื่อตามหา นีโม ลูกชายของเขาที่หายตัวไป ระหว่างทาง มาร์ลินเรียนรู้ที่จะเสียใจและตกลงกับนีโมว่าเขาจะดูแลตัวเอง

#### 65. Nick Wilde



ที่มา

<https://www.facebook.com/DisneyEverythingTH/posts/557101008221970/>

นิค ไวลด์ (Nick Wilde) เป็นตัวละครการ์ตูนที่ประสบความสำเร็จในหนังแอนิเมชันของค่าย Walt Disney Animation Studios ถูกออกแบบโดยแมตต์ โกรนิง, ผู้กำกับและนักเขียนภาพยนตร์แอนิเมชันชาวอเมริกัน

Nick Wilde เป็นสุนัขจิ้งจอกรูปร่างเพรียวบาง ปกคลุมไปด้วยขนสีแดงและสีครีม มีขนสีน้ำตาลเข้มที่เท้า มือ ปลายหู และปลายหาง มีดวงตาสีเขียวและจมูกสีม่วงเข้ม สามารถสวมใส่เสื้อผ้าได้ มีนิสัยเนียน มีเสน่ห์ ชุกชุน ฉลาด อวดดี คี้อดิ่งและเหยียดหยาม มีความมุ่งมั่น โน้มน้าว และแสดงออกอย่างรวดเร็ว มีหน้าตาที่น่ารัก มีสายตาที่ฉลาดและแสงสว่างสามารถมองเห็นได้ในตอนกลางคืน

Nick Wilde เป็นตัวละครหลักในหนังแอนิเมชัน "Zootopia" ที่สร้างขึ้นโดย Walt Disney Animation Studios และเข้าฉายครั้งแรกในปี 2016 เนื้อหาของ "Zootopia" มีแนวเนื้อเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการต่อสู้กับความทำทหาย, การแก้ปัญหา, และความเชื่อมั่นในตัวเอง นิค ไวลด์ (Nick Wilde) ได้ถูกใช้เป็นตัวละครฟรีเซ็นเตอร์ในการโฆษณาสินค้าที่เกี่ยวข้องกับหนังแอนิเมชัน "Zootopia" เช่น ของเล่น, เสื้อผ้า, และสินค้าเด็ก นิค ไวลด์ (Nick Wilde) เป็นตัวละครที่เป็นฟรีเซ็นเตอร์ตั้งแต่การ์ตูน "Zootopia" เข้าฉายครั้งแรกในปี 2016. ตั้งแต่นั้นมา, เขายังคงเป็นตัวละครที่น่ารักและเป็นที่รู้จักในวงกว้าง

## 66. Nick Fury



ที่มา [https://hmong.in.th/wiki/Nick\\_Fury\\_\(Ultimate\\_Marvel\\_character\)](https://hmong.in.th/wiki/Nick_Fury_(Ultimate_Marvel_character))



นิค ฟิวรี (Nick Fury) เป็นตัวละครของ Marvel Comics ซึ่งเป็นค่ายการ์ตูนและซูเปอร์ฮีโร่ที่มีชื่อเสียงในวงการคอมิกส์ นิค ฟิวรี (Nick Fury) ถูกสร้างและออกแบบโดย Jack Kirby และ Stan Lee

นิค ฟิวรี (Nick Fury) มีลักษณะเป็นคนอายุเท่าเด็กน้อยถึงวัยผู้ใหญ่, ผมหลวมสีดำ, มีจมูกดำ, สวมชุดสูทผูกคอตีน้ำเงินพร้อมด้วยหมวกสีขาวที่มีดาวด้านหน้า เป็นผู้บุกเบิก, มีอิทธิทธิประติษฐ์, แข็งแกร่ง, มีความมุ่งมั่นสูง, รับผิดชอบ, สามารถทำงานเป็นทีมได้ดี มีหน้าตาเฉลียวฉลาดและดูมีเวทมนต์ มุ่งมั่นทำให้โลกนี้เป็นที่ปลอดภัยจากอันตรายต่าง ๆ เป็นนายหน้าสำนักข่าวที่สามารถนำข้อมูลและการเตรียมการต่อสู้กับความอันตรายได้ มีความรู้ในด้านทหารและการต่อสู้

นิโคลัส โจเซฟ "นิค" ฟิวรี (Nick Fury) เป็นสายลับชาวอเมริกัน อดีตผู้อำนวยการSHIELD และเป็นผู้ก่อตั้งดิ อเวนเจอร์ส ฟิวรีเริ่มต้นอาชีพของเขาโดยรับใช้ชาติในกองทัพสหรัฐอเมริกาและเลื่อนยศเป็นพันเอกก่อนที่จะมาเป็นเจ้าหน้าที่ ปฏิบัติการของ CIA ในช่วงสงครามเย็น จากนั้น Fury ก็เข้าร่วม SHIELD ซึ่งเขาคัดเลือกและฝึกฝนPhil CoulsonและJohn Garrett ในปี 1995 Fury ได้พบกับVers และนายพลSkrull Talosและช่วยให้ Vers ค้นพบมรดกความเป็นมนุษย์ของเธอในชื่อCarol Danvers ทั้งสามคนต่อสู้กับStarforceซึ่งนำโดยYon-Roggซึ่งตั้งเป้าไปที่ผู้ลี้ภัยSkrull Fury ชอบGooseแม้ว่าเธอจะเกาและทำให้ตาซ้ายของ Fury ตาบอดอย่างถาวร ในขณะที่ Danvers ออกจากโลกเพื่อหาบ้านใหม่สำหรับ Skrulls Fury จะเรียกทีม Skrulls มาที่ Earth เพื่อแอบช่วยเหลือเขาในอาชีพสายลับเพื่อแลกกับการช่วยพวกเขาหาบ้าน เป็นตัวละครที่เป็นฟรีเซ็นเตอร์ตั้งแต่การปรากฏครั้งแรกในหนังสือการ์ตูน "Sgt. Fury and his Howling Commandos" เมื่อปี 1963. ตั้งแต่นั้นมา, เขายังคงเป็นตัวละครสำคัญในจักรวาล Marvel และได้รับการนำมาใช้ในภาพยนตร์และซีรีส์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ Marvel



ที่มา <https://www.bt21.com/character>

LINE FRIENDS Corporation เป็นบริษัทที่เป็นเจ้าของและผลิตตุ๊กตา "TATA" และเป็นค่ายร่วมที่มีความเกี่ยวข้องกับ BTS ตัวละคร "TATA" ออกแบบโดย LINE FRIENDS Corporation ซึ่งเป็นลิขสิทธิ์ที่เกี่ยวข้องกับ BTS

ลักษณะ "TATA" มีลักษณะเป็นหนึ่งในตัวละครในแพลตฟอร์มไลน์ของ BTS ที่มีลักษณะน่ารักและนิสัยที่ใจดี เป็นตุ๊กตาที่มีรูปร่างเป็นดอกไม้หลายดอกรวมกัน หน้าตามีทรงโค้งโต และนิสัยของตัวละครนี้แสดงถึงความมุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จในทุกสิ่งทุกอย่าง มีความรู้และความสามารถที่ดีเพื่อต่อสู้ในชีวิตประจำวัน

ประวัติ "TATA" เป็นตัวละครที่สร้างขึ้นโดย LINE FRIENDS Corporation เพื่อใช้ในแพลตฟอร์มที่เกี่ยวข้องกับ BTS ตัวการ์ตูนนี้ถูกเปิดตัวและจัดทำขึ้นเพื่อตอบรับความนิยมของแฟน ๆ ของ BTS และตลาดการ์ตูนทั่วโลก "TATA" เป็นตัวละครที่มีลิขสิทธิ์ทางการค้าและถูกนำมาใช้ในการตลาดแพลตฟอร์มไลน์ของ BTS โดยมักปรากฏอยู่ในสินค้าที่เกี่ยวข้องกับ BTS และ LINE FRIENDS Corporation

## 68. Tom



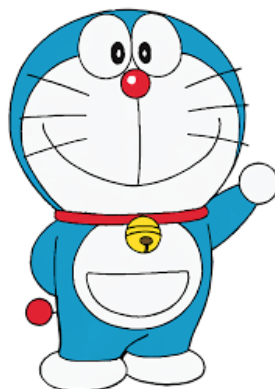
ที่มา <https://th.wikipedia.org/wiki/ทอมแอนด์เจอร์รี่>

Metro-Goldwyn-Mayer (MGM) เป็นบริษัทผู้ผลิตและเป็นเจ้าของ "Tom and Jerry" ถูกออกแบบโดยวิลเลียม ฮันนะ และจอห์นเฟอริสัน

Tom เป็นแมวมีขนเป็นสีเทา ที่มีมือ, เท้า และปลายหาง เป็นสีขาว ตาจะมีสีเหลือง มีใบหน้าที่น่ารัก แมวร้ายที่เป็นศัตรูของเจอร์รี่และชอบล่าเจอร์รี่อยู่บ่อยๆ มีอารมณ์อ่อนไหว มีความตั้งใจสูง มีความสามารถในการแสดงอารมณ์หลากหลายทำให้ตลกสนุก

Tom เป็นการ์ตูนสัญชาติอเมริกันของ เมโทร-โกลด์วิน-เมเยอร์ ปัจจุบันสังกัด วอร์เนอร์บราเธอร์ส และ เทอร์เนอร์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ สร้างขึ้นในปี ค.ศ. 1940 โดย ฮานา-บาร์บารา "Tom and Jerry" เป็นการ์ตูนที่ได้รับความนิยมมากในยุคที่ผ่านมาและยังคงมีผู้ชมทั่วโลกชื่นชอบ ตัวละครนี้ถูกสร้างขึ้นเพื่อบทบาทในซีรีส์การ์ตูน "Tom and Jerry" ซึ่งเป็นการ์ตูนการ์ตูนฮิตที่สร้างสรรค์สำหรับความบันเทิงของผู้ชม

## 69.Doraemon



ที่มา <https://www.sanook.com/campus/921419/>

Doraemon นั้นเป็นผลงานของ ค่าย Shogakukan ถูกสร้างและออกแบบโดย ฟุจิโกะ ฟุจิโอะกะ ซึ่งเป็นนักวาดและออกแบบสื่อการ์ตูนชาวญี่ปุ่น

ลักษณะ "Doraemon" มีรูปร่างเป็นแมวหน้ากลมสีน้ำเงิน, ตามีรูปร่างวงกลมและมีเส้นทางสีเขียว เป็นตัวละครที่ใจดี, รู้เห็นอกเห็นใจ, ชอบช่วยเหลือผู้อื่น, และเป็นเพื่อนที่น่ายกมีเสน่ห์ มีหน้าตาน่ารักและใจดี, มีปากกว้างที่ทำให้ดูขำขัน

ประวัติความเป็นมา "Doraemon" สร้างขึ้นโดย Fujiko Fujio (ฟุจิโกะ ฟุจิโอะกะ) คือ Hiroshi Fujimoto (ฟูจิโมโตะ ฮิโรชิ) และ Motoo Abiko (โอะ โมโตะ) ในปี 1969 การ์ตูนเริ่มเผยแพร่เป็นการ์ตูนสไตรป์ผ่านหนังสือพิมพ์ "Shogakukan's CoroCoro Comic" และเริ่มนำเสนอนิโทรทัศน์ครั้งแรกเมื่อปี 1973 ซึ่งก่อนหน้านั้นเคยเผยแพร่ในการ์ตูนสด "Doraemon" เป็นตัวการ์ตูนและไม่ได้เป็นฟรีเซ็นเตอร์สินค้าหรือบริการใดๆ "Doraemon" มีความนิยมสูงในการ์ตูนญี่ปุ่นและมีผลกระทบต่อวัฒนธรรมและสังคมในหลายด้าน เป็นตัวการ์ตูนที่เน้นการสอนและกระตุ้นให้เด็กเรียนรู้และคิดตามความคิดสร้างสรรค์

## 70. Donald Duck



ที่มา [https://th.wikipedia.org/wiki/โดนัลด์\\_ดั๊ก](https://th.wikipedia.org/wiki/โดนัลด์_ดั๊ก)

Donald Duck นั้นเป็นผลงานของ ค่าย Walt Disney Productions ถูกสร้างและออกแบบโดย วอลต์ ดิสนีย์ และดูค เวิร์ล บาร์คส์ ซึ่งเป็นนักวาดและนักสร้างตัวละครที่เกี่ยวข้องกับ วอลต์ ดิสนีย์

Donald Duck เป็นเป็ดที่มีท่าทางเหมือนมนุษย์ ตัวสีขาวมีปาก ขาและเท้า สีเหลือง-ส้ม มักจะสวมชุดกะลาสี หมวกแคป และโบว์สีแดงหรือดำ แต่ไม่ใส่กางเกง (ยกเว้นถ้าไปว่ายน้ำ) โดนัลด์ ดั๊กเป็นเป็ดจอมโวย มีนิสัยขี้โมโหจนเฉียว

Duck เป็นตัวการ์ตูนที่สร้างขึ้นในปี 1934 โดยบริษัท วอลต์ดิสนีย์ โดนัลด์ปรากฏในบทบาทตลกในภาพยนตร์การ์ตูน การปรากฏตัวครั้งแรกของโดนัลด์คือ The Wise Little Hen (1934) แต่เป็นการปรากฏตัวครั้งที่สองของเขาใน Orphan's Benefit ในปีเดียวกันนั้นเองที่แนะนำเขาในฐานะการ์ตูนตลกอารมณ์แปรปรวนให้กับมิกกี้เมาส์ ตลอดสองทศวรรษต่อมาโดนัลด์ที่ปรากฏอยู่ในกว่า 150 แสดงละครภาพยนตร์หลายแห่งซึ่งได้รับการยอมรับที่รางวัลออสการ์ ในช่วงทศวรรษที่ 1930 โดยทั่วไปเขาจะปรากฏตัวเป็นส่วนหนึ่งของการ์ตูนสามเรื่องร่วมกับมิกกี้และกัฟฟีและได้รับซีรีส์ภาพยนตร์ของตัวเองโดยเริ่มจาก Don Donald (1937) เรื่องเหล่านี้แนะนำให้รู้จักความรักความสนใจโดนัลด์และแฟนสาวถาวรเดซี่เป็ดและมักจะรวมสามหลานชายของเขาฮิวอี้ดีวอี้และหลุย หลังจากภาพยนตร์เรื่อง Chips Ahoy (1956) โดนัลด์ได้ปรากฏตัวในภาพยนตร์เพื่อการศึกษาเป็นหลักก่อนที่จะกลับมาแสดงแอนิเมชันในภาพยนตร์เรื่อง Mickey's Christmas Carol (1983) การปรากฏตัวครั้งสุดท้ายของเขาในภาพยนตร์ละครคือเรื่อง Fantasia 2000 (พ.ศ. 2542) อย่างไรก็ตามตั้งแต่นั้นเป็นต้นมาโดนัลด์ก็ปรากฏตัวในพีเจอร์ส่งตรงไปยังวิดีโอ เช่นมิกกี้โดนัลด์กัฟฟี: The Three Musketeers (2004) ซีรีส์ทางโทรทัศน์เช่น Mickey Mouse Clubhouse (2006–2016) และวิดีโอเกมเช่น QuackShot (1991)

## 71. Daffy Duck



ที่มา

[https://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/thumb/f/f4/Daffy\\_Duck.svg/800px-Daffy\\_Duck.svg.png](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/thumb/f/f4/Daffy_Duck.svg/800px-Daffy_Duck.svg.png)

Daffy Duck นั้นเป็นผลงานของ ค่าย Warner Bros. Entertainment ถูกสร้างและออกแบบโดย ทีดีดี เอเวอร์รี่, โบบ คลักก์, และซัค จอนส์ ซึ่งเป็นนักวาดและนักสร้างตัวละครที่เกี่ยวข้องกับ ค่าย Warner Bros

Daffy Duck เป็นเหมือนเปิดทั่วไป ตัวสีดำ มีตาโต ปากใหญ่สีเหลือง มีร่างกายขนาดกลาง สามารถพูดจาได้เหมือนมนุษย์ เป็นตัวละครที่ขี้เล่น ร่าเริง และแสดงอารมณ์มากมาย

Daffy Duck เป็นตัวละครที่สร้างขึ้นโดยแอนิเมเตอร์เท็กซ์ เอเวอร์รี่และบ็อบ แคลมปีตต์ จาก Leon Schlesinger Productions เขา ปรากฏตัว ในซีรีส์การ์ตูน ต่างๆ เช่น Looney Tunes และ Merrie Melodies ซึ่ง มัก แสดง เป็น ฟอยล์ สำหรับ Bugs Bunny , Porky Pig หรือ Speedy Gonzales โดยมี ลักษณะ เป็น เป็ดดำเหมือน มนุษย์ เขาเป็นหนึ่งในตัวละคร " สกรูปอล " ตัวแรกๆ ที่เกิดขึ้นในช่วงปลายทศวรรษที่ 1930 เพื่อมาแทนที่ ตัวละคร ธรรมดาทั่วไป ที่ได้รับความนิยมมากขึ้นในช่วงต้นทศวรรษเช่นมิกกี้เมาส์หมีพูว์รี่ และป๊อปปาย

## 72. Deadpool



ที่มา <https://th.wikipedia.org/wiki/เดดพูล>

Deadpool เป็นตัวละครการ์ตูนที่เป็นทรัพย์สินสมบัติของ Marvel Comics ถูกสร้างและออกแบบโดย ไอบี มัง แอนด์ แฮร์, และ โฟร์บ์ ลีฟิลด์ ซึ่งเป็นนักเขียนการ์ตูนและศิลปินต้นฉบับ

ลักษณะ "Deadpool" มีลักษณะเป็นคนเป็นคนที่มีความตลกและด่า, มีชุดเกราะที่เป็นลักษณะเดียวกับชุดฮีโร่ และมักมีหน้ากากที่มีลักษณะเหมือนคำพูดของ "smiley face" เป็นตัวละครที่มีจินตนาการมาก, อารมณ์เปลี่ยนแปลงได้รวดเร็ว, และมีการพูดคุยและเล่นเวลาที่จับใจ ความมุ่งมั่นและความสามารถ "Deadpool" เป็นนักรบที่มีฝีมือในการใช้อาวุธและการต่อสู้, มีทักษะด้านการฆ่าศัตรูที่ยอดเยี่ยม เป็นนักรบที่มีความรู้ด้านต่างๆ และเป็นนักต่อสู้ที่มีความสามารถพิเศษ

Deadpool เป็นคนที่มีตัวสีแดงและดำ มีชุดเกราะที่เป็นลักษณะเดียวกับชุดซูเปอร์ฮีโร่ มีความสามารถที่หลากหลายและลีลาที่แสนจะกวนประสาท

Deadpool เป็นภาพยนตร์ซูเปอร์ฮีโร่อเมริกัน เกี่ยวกับตัวละครในเครือมาร์เวลคอมิกส์ในชื่อเดียวกัน เดดพูล เป็นภาพยนตร์ลำดับที่แปดในภาพยนตร์ชุด เอ็กซ์เมน ภาพยนตร์กำกับโดยทิม มิลเลอร์ เขียนบทโดยเรตต์ วีส์ และพอล เวอร์นิก และนำแสดงโดยไรอัน เรย์โนลส์ โมนิคา แบริกคา ริน เอ็ด สกรีน ที. เจ. มิลเลอร์ จีนา คาราโน บริอานนา ฮิลเดแบรนต์ สเตฟาน คาพิซิค และเลสลี อักแกมส์ ภาพยนตร์เล่าเรื่องของเวด วิลสัน ผู้ตามล่าผู้ที่เกือบทำลายชีวิตของเขา หลังจากเข้ารับการทดลองเพื่อเพิ่มความสามารถพิเศษให้ตน เป็นตัวละครที่มีความเป็นเอกลักษณ์และมีแฟนซันที่แข็งแกร่งมากในวงการการ์ตูนและภาพยนตร์ superhero ด้วยเนื้อหาที่หลากหลายและน่าสนใจ ที่นำเสนอความรู้สึกตลกและตื้นตันให้แก่ผู้ชมทุกคน

## 73. Dory



ที่มา [https://en-m-wikipedia-org.translate.goog/wiki/Dory\\_\(Finding\\_Nemo\)?\\_x\\_tr\\_sl=en&\\_x\\_tr\\_tl=th&\\_x\\_tr\\_hl=th&\\_x\\_tr\\_pto=sc](https://en-m-wikipedia-org.translate.goog/wiki/Dory_(Finding_Nemo)?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=th&_x_tr_hl=th&_x_tr_pto=sc)

Dory จาก Finding Nemo เป็นตัวละครการ์ตูนที่เป็นทรัพย์สินของ Pixar Animation Studios, ซึ่งเป็นบริษัทผลิตการ์ตูนที่สื่อบันเทิงและหนังแอนิเมชันที่มีชื่อเสียงทั่วโลก

Dory เป็นปลาทูแทงค์ (Blue Tang) หรือ ปลาซีตังเบ็ดฟ้า มีตัวสีน้ำเงินเข้ม ลวดลายสีดำเหลืองตาโต สามารถพูดจาได้เหมือนกับมนุษย์ทั่วไป มีความทรงจำสั้น ชี้หลงชี้ลืม ป่าๆเปื้อๆ น่ารัก

Dory เป็นตัวละครสีฟ้าและเป็นตัวละครหลักของภาพยนตร์แอนิเมชันอเมริกัน เรื่อง Finding Nemo เธอทนทุกข์ทรมานจากความพิการในการสูญเสียความทรงจำระยะสั้นซึ่งมักทำให้มารลินหงุดหงิด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในขณะที่นี่โม ลูกชายของเธอตกอยู่ในอันตราย อย่างไรก็ตาม การมองโลกในแง่ดีแบบเด็กๆ ของเธอและความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างๆ ทั้งจากมนุษย์และปลาวาฬช่วยให้ทั้งเธอและมารลินก้าวหน้าในการค้นหาที่นี่โม ตัวละครนี้พากย์เสียงโดย Ellen DeGeneres และโดย Jennifer Hale ในสื่อเชื่อมโยงตั้งแต่วิดีโอเกมไปจนถึงสถานที่ท่องเที่ยวในสวนสนุก นอกจากนี้ยังมีการผลิตสินค้าต่างๆ ของตัวละครนี้ รวมถึงแอสซันฟิกเกอร์และของเล่นที่ผลิตสำหรับ McDonald's Happy Meals



## 74. Superman



ที่มา <https://th.wikipedia.org/wiki/ซูเปอร์แมน>

Superman เป็นตัวละครของ DC Comics ซึ่งเป็นหนึ่งในค่ายการ์ตูนชั้นนำของสหรัฐอเมริกาถูกสร้างและออกแบบโดย โจ ชัสเตอร์ (Joe Shuster) และ แจร์รี ซิกเกิล (Jerry Siegel) ซึ่งเป็นนักเขียนและศิลปินมืออาชีพในช่วงปี 1933-1938 ก่อนที่จะได้รับการตีพิมพ์ครั้งแรกใน Action Comics #1 เมื่อปี 1938

Superman เป็นซูเปอร์ฮีโร่ มีกล้ามเนื้อแข็งแรงเป็นพิเศษ สวมชุดซูเปอร์ฮีโร่สีน้ำเงินแดง และเหลือง รวมถึง ผ้าคลุม, และเครื่องหมายตัว "S" บนหน้าอก เป็นชุดที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์ มีพลังและความแข็งแกร่งมาก, สามารถบิน, มีความเร็วและความขาวนในการต่อสู้ เป็นนักข่าวที่มีความรู้และความเข้าใจในเรื่องการเมืองและสังคม

Superman เป็นตัวละครที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในโลก จากหนังสือการ์ตูนซูเปอร์ฮีโร่ ผลงานของ su ของอเมริกา ออกแบบโดยเจอร์รี ซีกเกิล นักเขียนชาวอเมริกา และโจ ชุสเตอร์ นักวาดภาพชาวอเมริกาเชื้อสายแคนาดา ในปี ค.ศ. 1932 ขณะที่ทั้งคู่พักอาศัยอยู่ในเมืองคลีฟแลนด์ รัฐโอไฮโอ จนกระทั่งในปี 1938 ทั้งคู่ได้ขายผลงานชิ้นนี้ให้แก่สำนักพิมพ์ ดีแทคทีฟ คอมิกส์ (ภายหลังเปลี่ยนชื่อเป็นดีซีคอมิกส์) ตัวละครนี้ได้ปรากฏตัวครั้งแรกในหนังสือ *เอกซัน คอมิกส์* ฉบับที่ 1 (มิถุนายน ค.ศ. 1938) และยังเป็นซีรีส์ทางวิทยุ, โทรทัศน์, ภาพยนตร์, การ์ตูนของในหนังสือพิมพ์, และวิดีโอเกม เรื่องราวของซูเปอร์แมนนั้นประสบความสำเร็จอย่างมาก ซูเปอร์แมนนั้นได้รับการจัดอันดับให้เป็นซูเปอร์ฮีโร่ที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของหนังสือการ์ตูนอเมริกา Superman เคยถูกนำมาใช้ในโฆษณาสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ โดยเฉพาะการโฆษณาเกี่ยวกับเกมหรือของเล่น เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและการตลาดสินค้าหรือบริการนั้นๆ แก่ผู้บริโภคในทุกๆระยะเวลาตลอดจนถึงปัจจุบัน

## 75. Cinderella



ที่มา <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwalt-disney-animation->

Cinderella เป็นตัวการ์ตูนที่เป็นความเป็นเจ้าของของ The Walt Disney Company, ซึ่งเป็นหนึ่งในบริษัทสื่อบันเทิงที่เก่าแก่และมีชื่อเสียงในโลก "Cinderella" ออกแบบตัวการ์ตูนโดย Marc Davis, ซึ่งเป็นศิลปินและออกแบบตัวละครชื่อดังของ Disney ที่มีผลงานหลายเรื่องที่สำคัญ

Cinderella เป็นตัวการ์ตูนหญิงสาวที่รูปร่างผอมเพรียว ผสมสีทอง สวมชุดกระโปรงสีฟ้า หน้าตาน่ารัก มีลูกอ่อนโยน อ่อนหวาน มินิสมัยดี ใจดี และมีความกรรดีหรือร้น ที่จะมีชีวิตที่ดีต้องเผชิญกับความทุกข์ลำบาก มุ่งมั่นที่จะต่อสู้กับชะตากรรมของตน เป็นคนที่มีรู้จักทำความสะอาด, มีความรู้ในการจัดการเวลาและกิจวัตรประจำวัน

Cinderella ปรากฏในเทพนิยายหรือนิทานพื้นบ้านประเทศต่างๆ ทั่วทั้งโลกโดยมีชื่อของตัวเอกแตกต่างกันออกไป ทว่าฉบับที่มีชื่อเสียงที่สุดเป็นของนักเขียนชาวฝรั่งเศสชื่อ ชาร์ลส แปร์โรลต์ ในปี ค.ศ. 1697 ซึ่งอิงมาจากวรรณกรรมของ จิอัมбатติสตา เบซิล เรื่อง La Gatta Cenerentola ในปี ค.ศ. 1634 ในเรื่องนี้ตัวเอกมีชื่อว่า เอลลา (Ella) แต่แม่เลี้ยงกับพี่สาวใจร้ายของเธอพากันเรียกเธอว่า ซินเดอเรลล่า (Cinderella) อันหมายถึง "เอลลาผู้มอมแมม" ซึ่งกลายเป็นชื่อเรียกเทพนิยายในโครงเรื่องนี้โดยทั่วไป Cinderella เป็นตัวการ์ตูนที่เคยถูกนำมาใช้ในโฆษณาสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ โดยเฉพาะในการโฆษณาสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเด็กหญิง, แฟชั่น,

และกิจกรรมเด็ก การใช้ Cinderella ในโฆษณาช่วยสร้างความน่าสนใจและการรู้จักผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นๆ ให้กับผู้บริโภคในทุกระยะเวลา

#### 76. Simba



ที่มา

<https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fen.wikipedia.org%2Fwiki%2FSimba&psig=AOvWaw339OqzL>

Simba the King Lion เป็นการทำซีรี่ย์การ์ตูนที่มีเนื้อหามาจากภาพยนตร์แอนิเมชัน "The Lion King" ของวอลท์ ดิสนีย์ ซึ่งเป็นภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยมมาก ซีรี่ย์นี้เปิดตัวครั้งแรกในปี 1995 และได้รับความนิยมอย่างมากในหลายประเทศ

Simba เป็นสิงโตที่มีลักษณะกายภาพเปลี่ยนแปลงและเติบโตในทุกตอน ในตอนโตมีรูปร่างที่ยาว ใหญ่กว้าง แข็งแกร่ง สามารถควบคุมตัวเองในการต่อสู้ มีแผงคอสีแดงยาวที่ยื่นออกมาจากหน้าผากจนถึงหน้าอกส่วนบน Simba มีนิสัยใจดี หยิ่งผยองและอวดดี แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นสิงโตที่มีความรู้สึกอ่อนไหว บันทอนความรู้สึกตัวเอง มีความมุ่งมั่นที่จะปกป้องบ้านเมือง มีความสามารถในการเป็นผู้นำและแก้ไขสถานการณ์ที่ซับซ้อนอีกทั้งยังเป็นสิงโตที่มีมนุษยสัมพันธ์มาก

Simba the King Lion เป็นซีรี่ย์การ์ตูนที่สร้างขึ้นโดยแกรนด์แคสเอนเตอร์เทนส์ ซึ่งเป็นบริษัทผลิตภัณฑ์มัลติมีเดียและการ์ตูนจากอิตาลี โดยซีรี่ย์นี้เป็น การนำเรื่องราวของ "The Lion King" (เดอะ ไลออน คิง) ซึ่งเป็นภาพยนตร์แอนิเมชันของวอลท์ ดิสนีย์ มาสร้างเป็นซีรี่ย์การ์ตูน โดยในซีรี่ย์นี้มีการปรับแต่งและเพิ่มเติมเนื้อหาให้กว่าเรื่องหลักในภาพยนตร์

## 77. Cinnamoroll



ที่มา <https://th.wikipedia.org/wiki/ซินนามอโรล>

Sanrio Co., Ltd. เป็นบริษัทที่เป็นเจ้าของ Cinnamoroll ซึ่งเป็นบริษัทผลิตสินค้าและตัวการ์ตูนที่มีชื่อเสียงจากญี่ปุ่น ออกแบบโดย Miyuki Okumura ที่เป็นนักออกแบบของ Sanrio

Cinnamoroll มีลักษณะเป็นสุนัขน้อย มีขนสีขาว ตาสีฟ้า แก้มสีชมพู มีหูยาวที่ช่วยให้บินได้ และที่เด่นที่สุดคือหางที่อวบอ้วนขาวนุ่มฟูและหยิกคล้ายซินนามอนโรล Cinnamoroll มีนิสัยขี้อายแต่เป็นมิตร และอยากช่วยเหลือเพื่อนๆเสมอ ไม่มีความสามารถพิเศษนอกจากความน่ารักและการทำให้ผู้คนรู้สึกสดใส

Cinnamoroll ถูกสร้างขึ้นโดย Sanrio ในปี 2001 โดย Miyuki Okumura ซึ่งเป็นนักออกแบบของ Sanrio เปิดตัวครั้งแรกในวันที่ 6 ธันวาคม 2001 ในญี่ปุ่น Cinnamoroll มีการใช้เป็นพรีเซ็นเตอร์สินค้าหลากหลายประเภท เช่น ของเล่น อุปกรณ์เครื่องเขียน และสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการ์ตูน Cinnamoroll เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการตลาดของ Sanrio เพื่อส่งเสริมการขายและยังเป็นตัวละครที่มีความนิยมในการแสดงโฆษณาสินค้าต่างๆ ทั่วโลก

## 78. James P. Sullivan



ที่มา [https://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_Monsters,\\_Inc.\\_characters](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Monsters,_Inc._characters)

Sulley เป็นตัวละครหลักในภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่อง "Monsters, Inc." และ "Monsters University" ที่ผลิตโดย Pixar Animation Studios ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของ The Walt Disney Company ออกแบบโดย Pete Docter เป่ ร่วมกับทีมงานคนอื่น ๆ ของ Pixar

Sulley เป็นมอนสเตอร์ขนาดใหญ่ มีขนสีฟ้าแทรกด้วยสีจุดสีม่วง ดวงตาสีฟ้าคราม มีเขาโค้ง กรงเล็บสีขาว มีหนามสีขาวพาดยาวจากด้านหลังจนถึงปลายหางคล้ายไดโนเสาร์ คิ้วดกและจมูกสีฟ้าอมเขียว เป็นคนที่มีอัธยาศัยดี ทำงานหนัก อ่อนโยน และมั่นใจ มีอัตลักษณ์ความเป็นผู้นำและความรับผิดชอบสูง สามารถใช้เสียงเพื่อควบคุมอารมณ์และความรู้สึกของผู้อื่น Sulley

Sulley ปรากฏครั้งแรกปี 2001 ในภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่อง Monsters, Inc. ภาพยนตร์เรื่องนี้ได้รับรางวัลออสการ์สาขาเพลงประกอบภาพยนตร์ยอดเยี่ยมและได้รับการเสนอชื่อเข้าชิงสาขาภาพยนตร์แอนิเมชันยอดเยี่ยม Monsters University ที่เป็นภาคต่อที่เล่าถึงช่วงเวลาของ Sulley และ Mike Wazowski ในวิทยาลัย ซึ่งพวกเขาเริ่มต้นด้วยคู่แข่งที่ขมขื่น แต่ค่อยๆ กลายเป็นเพื่อนที่ดีที่สุด พวกเขาจับคู่กันในการแข่งขันที่เน้นความหวาดกลัวกับความเป็นพี่น้องกัน

## 79 . Chimmy



ที่มา <https://bts.fandom.com/wiki/Chimmy>

Chimmy เป็นตัวละครการ์ตูนจากชุด BT21 ซึ่งเป็นผลงานร่วมระหว่าง LINE Friends Corporation และ BTS, วงเพลงชื่อดังจากเกาหลีใต้ ออกแบบโดย BTS, สมาชิกของวงเพลงชื่อดังจากเกาหลีใต้

Chimmy ลูกสุนัขสีขาวหูสีดำ มักจะแสดงด้วยลิ้นยื่นออกมา สวมเสื้อผู้ดสีเหลืองมีเชือกสีส้ม เป็นลูกสุนัขที่มีชีวิตชีวา CHIMMY เต็มไปด้วยพลังอันไร้ขอบเขตไม่เคยพลาดที่จะส่งต่อความสุขและความกระตือรือร้นในทุกที่ที่เขาไป รอยยิ้มที่สดใสและนิสัยขี้เล่นของเขาทำให้เขาเป็นคอนอาร์มณิได้ขึ้นมาทันที

Chimmy เป็นตัวแทนของจีมิน สมาชิก BTS วงเพลงชื่อดังจากเกาหลีใต้ สร้างขึ้นโดย LINE FRIENDS Corporation เพื่อใช้ในแพลตฟอร์มที่เกี่ยวข้องกับ BTS ตัวการ์ตูนนี้ถูกเปิดตัวและจัดทำขึ้นเพื่อตอบรับความนิยมของแฟน ๆ ของ BTS "เป็นตัวละครที่มีลิขสิทธิ์ทางการค้าและถูกนำมาใช้ในการตลาดแพลตฟอร์มไลน์ของ BTS โดยมักปรากฏอยู่ในสินค้าที่เกี่ยวข้องกับ BTS และ LINE FRIENDS Corporation

## 80. Monkey D. Luffy



ที่มา [https://th.wikipedia.org/wiki/มังกี้\\_ดี.\\_ลูฟี่](https://th.wikipedia.org/wiki/มังกี้_ดี._ลูฟี่)

เป็นตัวละครการ์ตูนจากเรื่อง One Piece ซึ่งเป็นผลงานของ Eiichiro Oda นักเขียนและออกแบบการ์ตูนญี่ปุ่นที่รู้จักกันทั่วโลกเจ้าของลิขสิทธิ์ Toei Animation ออกแบบโดย Eiichiro Oda Monkey D. Luffy เป็นชายหนุ่มที่มีส่วนสูงปานกลาง มีผมสีดำมีขนคุด ดวงตากลมโตสีดำ และมีรูปร่างผอมเพรียว สวมเสื้อกั๊กสีแดง กางเกงสีฟ้าอ่อนมีผ้าคาดไว้ที่เอวสีเหลืองและสวมรองเท้าสีแทน ตัวละครมีชื่อเสียงจากหมวกฟางที่เป็นเครื่องหมายการค้าของเขา (ซึ่งเขาได้รับฉายาว่า "หมวกฟางลูฟี่") ซึ่งกับตันโจรสลัดในตำนาน ผมแดง เป็นคนที่ชื่นชอบ, มุ่งมั่น, ร่าเริง, และเชื่อในความมิตรภาพ. มีความเชื่อที่แข็งแกร่งในการทำตามความฝันและความอิสระ

Monkey D. Luffy เป็นตัวละครจากการ์ตูนญี่ปุ่นเรื่อง วันพีซ และถือว่าเป็นตัวละครเอกของเรื่อง เรื่องราวของวันพีซได้เริ่มต้นขึ้นเมื่อลูฟี่เดินทางออกทะเล เพื่อรวบรวมพวกพ้อง ทั้งกลุ่มโจรสลัด และเดินทางผจญภัยสุดขอบโลกเพื่อตามสมบัติที่มีอยู่ชิ้นเดียวในโลกที่เรียกว่า "วันพีซ" (One Piece) ที่เมื่อได้ครอบครองจะได้เป็นราชาโจรสลัด ซึ่งลูฟี่มีความฝันสูงสุดคือเป็นราชาโจรสลัด ตามรอยราชาโจรสลัด โกล ดี. โรเจอร์ ลูฟี่มีพลังพิเศษจากการกินผลไม้สาขาคือ ผลฮิโตะ ฮิโตะ สายไซออนพันธุ์สัตว์มายา โมเดลนิกะ เทพพระอาทิตย์ในตำนานของโลกวันพีซที่ร่างกายมีคุณสมบัติเป็นยาง บวกกับทักษะการต่อสู้ และร่างกายที่อึดและจิตใจที่เข้มแข็ง กับวีรกรรมมากมายที่เขาและพวกได้ก่อไว้ ทำให้เขากลายเป็นโจรสลัดรุ่นใหม่ที่มียศสูงมากคนหนึ่ง เป็นโจรสลัดมีชื่อ และมีสมญานามว่า "กลุ่มโจรสลัดหมวกฟาง" เป็นตัวละครที่ได้รับความนิยมและรักษาความสามารถในเกม ภาพยนตร์ การ์ตูน และสินค้าที่เกี่ยวข้อง

## 81. Joker



ที่มา <https://th.wikipedia.org/wiki/โจ๊กเกอร์>

Joker เป็นตัวละครที่มีมาตั้งแต่ปี 1940 เป็นตัวละครอาชญากรและฮีโร่ที่มีความนิยมในโลกของการ์ตูนและวรรณกรรมแบบสื่อภาพ (comics) ของ DC Comics ซึ่งเป็นหนึ่งในนักวาดการ์ตูนที่มีชื่อเสียงที่สุดในโลกออกแบบโดย Bill Finger, Bob Kane, Jerry Robinson

Joker มีลักษณะเหมือนกับมนุษย์ทั่วไปแต่มีอาการป่วยทางจิต, วิปริต, มีความรู้สึกมีความสุขกับการทรมานผู้อื่นเป็นเรื่องตลกขบขัน และถือว่าเป็นวายร้ายที่สร้างความเสียหายแก่แบทแมนทั้งร่างกายและจิตใจมากที่สุด นิสัยของตัวละคร คือ เป็นคนที่เห็นทุกอย่างเป็นเรื่องตลกสนุกสนาน โดยเฉพาะเรื่องความตาย ความกลัว ความโกลาหล และชอบสร้างความปั่นป่วนให้กับเมืองก็อตแธม สิ่งที่โจ๊กเกอร์ต้องการมีเพียงแค่เห็นโลกถูกเป็นไฟ

Joker เป็นตัวละครตัวร้ายที่ไม่มีพลังพิเศษสร้างขึ้นโดย บิล ฟิงเกอร์, บ็อบ เคนและเจอร์รี โรบินสัน ปรากฏตัวครั้งแรกในสื่อสิ่งพิมพ์การ์ตูน ชูเปอร์แมน (25 เมษายน ค.ศ. 1940) จัดจำหน่ายโดยดีซีคอมิกส์ การปรากฏตัวของโจ๊กเกอร์ในหนังสือการ์ตูน โจ๊กเกอร์ถูกวาดภาพออกมาในลักษณะของอาชญากรโรคจิตผู้วางแผนการต่าง ๆ อย่างชำนาญ และนำเสนอโจ๊กเกอร์ในรูปแบบผู้ที่มีอาการป่วยทางจิต, วิปริต, มีความรู้สึกมีความสุขกับการทรมานผู้อื่นเป็นเรื่องตลกขบขัน และถือว่าเป็นวายร้ายที่สร้างความเสียหายแก่แบทแมนทั้งร่างกายและจิตใจมากที่สุดได้รับความนิยมและรับการนำเสนอในหลายรูปแบบของภาพยนตร์, การท่องเที่ยว, การ์ตูน, และวรรณกรรมแบบสื่อภาพ Joker เป็นตัวละครที่ถูกนำมาใช้ในการสร้างสรรค์และนำเสนอในหลายช่องทางอื่นๆ เช่น ภาพยนตร์, การท่องเที่ยว, การ์ตูน, หนังสือ, และสินค้าเพื่อตอบใจความนิยมของตลาด. บางครั้ง Joker ก็ถูกใช้เป็นตัวตลกร้ายหรือตัวตลกในงานโฆษณา แต่ไม่มีข้อมูลที่แน่ชัดเกี่ยวกับการเป็นพีรีเซ็นเตอร์ของสินค้าหรือบริการใดๆ ในกรณีของ Joker



## 82. Jack Sparrow



ที่มา [https://pirates.fandom.com/wiki/Jack\\_Sparrow](https://pirates.fandom.com/wiki/Jack_Sparrow)

Jack Sparrow เป็นตัวละครตัวเอกของภาพยนตร์ซีรีส์และแฟรนไชส์ เรื่อง Pirates of the Caribbean ตีความนิยมมาจากผู้ชมทั่วโลก เจ้าของลิขสิทธิ์ Walt Disney Pictures โดยแรกเริ่มเป็นตัวละครที่สร้างโดย Jay Wolpert และนำเสนอภาพยนตร์โดย Johnny Depp

Jack Sparrow เป็นตัวละครที่เป็นโจรสลัด พุดก๊ลกเพื่อเล่นคำและโยกย้ายเรื่องพูดต่างๆ สามารถเอาตัวรอดได้หลายครั้งด้วยไหวพริบและการเจรจามากกว่าการใช้อาวุธและกำลัง จะต่อสู้ถ้าเลี่ยงไม่ได้เท่านั้น

Jack Sparrow มีลักษณะทางกายภาพที่มีสไตล์เดี๋ยวกับแคบและนุ่มนวล สวมเสื้อผ้าที่หลากหลายสไตล์ เครื่องประดับและหน้าหล่อเลี้ยงด้วยที่หน้าอารยะ Jack Sparrow เป็นตัวละครที่มีนิสัยที่น่าสนใจและกล้าหาญ ชอบการผจญภัย และมีความปรานี หน้าของ Jack Sparrow มีการปรับแต่งอย่างฉลาดและน่าสนใจ, มีความเป็นกลโกงแต่ก็เป็นเพื่อนที่น่ารัก มุ่งมั่นในการมีชีวิตอยู่เพื่อผจญภัยและมีความอิสระ Jack Sparrow เป็นนักเล่นบอร์ดชาวเรือค้าเขี้ยวชาญที่มีความสามารถในการนำกลับเรือให้มีประสิทธิภาพและมีความเฉลียวฉลาดในการนำทีมและร่วมทำสวน โดย Johnny Depp รับบท Jack Sparrow ซึ่งนำเสนอตัวละครในท่าทางและลักษณะทางกายภาพที่น่าจดจำ Jack Sparrow เป็นตัวละครที่ได้รับความนิยมอย่างมากในภาพยนตร์ Pirates of the Caribbean

Jack Sparrow เป็นตัวละครที่สวมบทบาทและเป็นตัวเอกหลักของภาพยนตร์ซีรีส์ Pirates of the Caribbean ตัวละครที่ถูกสร้างขึ้นโดยบทเท็ดเอลเลียตและเทอร์รี่รอซซีโอและเป็นภาพจากจอห์นนี่เดปป์ ลักษณะของกระบอกอยู่บนพื้นฐานของการรวมกันของ The Rolling Stones กีตาร์ คี ธ ริชาร์ด และ Looney Tunes ตัวการ์ตูน Pepe Le Pew ครั้งแรกที่เขาปรากฏในปี 2003 ภาพยนตร์โจรสลัดในทะเลแคริบเบียน: คำสาปของไข่มุกดำ ต่อมาเขาปรากฏตัวในภาคต่อของ Dead Man's Chest (2006) At World's End (2007), On Stranger Tides (2011) และ Dead Men Tell No Tales (2017)

## 83. Jerry



ที่มา <https://www.vogue.co.th/fashion/article/genedeitchtribute>

เป็นซีรีส์การ์ตูนที่ได้รับความนิยมมาก เป็นผลงานที่ทำให้ตัวละคร Jerry กับ Tom น่ารัก และเป็นที่ยุ่จักทั่วโลก ต่อไปนี้คือข้อมูลเกี่ยวกับ Tom and Jerry เจ้าของลิขสิทธิ์ Metro-Goldwyn-Mayer (MGM) ออกแบบโดย ซีวัน "Bill" ฮานนา และ วิลเฟร็ด "Joe" บาร์เบอร์รี่

ลักษณะ Tom and Jerry มีลักษณะทางกายภาพที่แสดงถึงความน่ารัก โดย Jerry มีขนสีน้ำตาลและหนวดเล็กๆ และ Tom มีขนสีน้ำเงินและเป็นแมวขนาดใหญ่ Jerry เป็นตัวละครที่ฉลาดและมีเล่ห์เหลี่ยม ส่วน Tom เป็นแมวที่อารมณ์แรงและบ่อยครั้งตกอยู่ในสถานการณ์ที่ตลกโทษและคับข้อง ตัวละครมีหน้าตาที่น่ารักและมีสีสันสดใส Jerry มีความมุ่งมั่นในการหนีและหลีกเลี้ยง Tom ในทุกๆ

Jerry เป็นหนูสมองใสที่ต้องการความช่วยเหลือจากผู้อื่น มีนิสัยซุกซน ชอบทานชีสเอาตัวรอดเก่ง มีความเห็นแก่เห็นใจคนอื่น เป็นคู่แข่งกับ Tom แต่บางครั้งก็เป็นเพื่อนกัน มีขนสีน้ำตาลดำ ได้รับการยกย่องมากมาย ไม่เพียงแต่ในด้านความสนุกและการออกแบบภาพที่น่ารัก แต่ยังเพราะความสามารถในการสร้างเสียงและเคล็ดลับทางเทคนิคในการเล่นบท Tom and Jerry ไม่ได้เป็นตัวละครที่เป็นพรินซ์เตอร์สินค้าหรือบริการใดๆ แต่ได้นำเสนอในหลายรูปแบบอื่นๆ เช่น ภาพยนตร์, การท่องเที่ยว, การ์ตูน, หนังสือ, และสินค้าเพื่อตอบสนองต่อความนิยมของตลาด

## 84. James Bond



ที่มา [https://en.wikipedia.org/wiki/James\\_Bond](https://en.wikipedia.org/wiki/James_Bond)

สิทธิบัตรลิขสิทธิ์ของ James Bond เป็นทรัพย์สินของ EON Productions (Everything or Nothing Productions). James Bond ถูกสร้างขึ้นโดยนักเขียนนวนิยายชาวบริติช อีออน ฟลีมิง (Ian Fleming) คือผู้คิดค้นและเขียนนิยายเรื่อง James Bond ซึ่งเป็นภาพรวมของการล่องล่ครีกส์โลกของสปาย สวมบทบาทเป็นนายจำนวน 007 ของสถาบันรัฐบาลของสหราชอาณาจักร (MI6) โดยได้รับแรงบันดาลใจจากสถาบันรัฐบาลที่ทำงานจริง.

James Bond มีลักษณะที่เท่และมีเสน่ห์ มักสวมสูทดำและเครื่องประดับทันสมัย เป็นตัวละครที่มีนิสัยมั่นคง สามารถคิดอย่างเย้นชาและมีความวางใจในความสามารถของตนเอง เป็นตัวละครที่หล่อเหลาและเป็นที่รู้จักในหมวด "นักสืบมืออาชีพ" มีมิติการ์ตูนที่เป็นเอกลักษณ์ เจดสีของผิวสองมือและความหล่อเลี้ยง James Bond มุ่งมั่นที่จะปกป้องและรักษาความสงบแห่งโลก โดยการสู้รบกับความชั่วร้ายและคดีอันต่างๆ มีทักษะในการต่อสู้, ความชำนาญในการใช้อาวุธ, มีความสามารถในการทำงานฆ่าคนและความคิดสร้างสรรค์ในการแก้ปัญหา James Bond ถูกสร้างขึ้นในนวนิยาย "Casino Royale" โดยนักเขียนชาวบริติช Ian Fleming ซึ่งเผยแพร่ครั้งแรกในปี 1953 ตัวละคร James Bond ต่อมาได้รับความนิยมจากภาพยนตร์ ซึ่งได้เปลี่ยนแปลงและปรับปรุงรายละเอียดต่างๆ เพื่อให้เข้ากับสื่อภาพเคลื่อนไหว ภาพยนตร์เรื่องแรกของ James Bond ชื่อ "Dr. No" ได้เข้าฉายครั้งแรกในปี 1962 ตัวละคร James Bond เป็นที่รู้จักในภาพยนตร์และการลงโฆษณาสินค้าที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของ James Bond เอง เช่น รถยนต์, นาฬิกา, สายนาฬิกา, และสินค้าเสริมอื่นๆ "James Bond" เป็นตัวละครที่เป็นที่รู้จักทั่วโลก ทั้งในนวนิยาย, ภาพยนตร์, และโฆษณา โดยมีความสำคัญในวงการบันเทิงและวงการอุตสาหกรรมสื่อสารมวลชนตลอดเวลา

## 85. Judy Hopps



ที่มา [https://hmong.in.th/wiki/Judy\\_Hopps](https://hmong.in.th/wiki/Judy_Hopps)

ภาพยนตร์ "Zootopia" ถูกสร้างโดย Walt Disney Animation Studios. ตัวละคร Judy Hopps ถูกออกแบบโดยนักวาดและนักสร้างโดย Byron Howard.

Judy Hopps เป็นกระต่ายหนุ่มที่มีรูปร่างหน้ากลมและรูปลูกแพร์ เธอถูกปกคลุมด้วยขนสีเทาที่มีเฉดสีอ่อนกว่าบนใต้ปากกระบอกปืนและอุ้งเท้าของเธอ เธอมีดวงตาสีม่วงขนาดใหญ่มีกสิชมพู่สั้นหูยาวที่มีปลายสีดำและหางเหมือนหยดน้ำตาที่มีขนสีเทาอยู่ด้านบนและสีอ่อนที่ด้านล่าง

Judy Hopps สร้างขึ้นเพื่อเป็นตำรวจกระต่ายแรกในเมือง Zootopia ภาพยนตร์ "Zootopia" เปิดตัวในปี 2016 โดยได้รับความนิยมมากในเดือนแรกของการฉาย Judy Hopps เป็นตัวละครที่ได้รับความนิยมในการใช้ในโฆษณาสินค้าที่เกี่ยวข้องกับ Zootopia เพื่อสร้างความน่าสนใจและโปรโมตผลงานภาพยนตร์นี้ Judy Hopps เป็นตัวละครที่ได้รับความนิยมและรักในทั่วโลก เนื่องจากมีลักษณะที่น่ารัก มุ่งมั่นในการทำสิ่งที่ถูกต้อง และมีความฝันที่จะทำให้โลกดีขึ้นผ่านความตั้งใจและความรู้ที่มีในการเป็นตำรวจ

## 86. Ken



ที่มา <https://www.voathai.com/a/barbies-friend-ken-celebrates-60th-birthday/5812603.html>

เจ้าของ ลิขสิทธิ์ Mattel, Inc. ตัวละคร Ken ถูกออกแบบโดย Ruth Handler, ซึ่งเป็นคู่ร่วมกับผู้ก่อตั้งบริษัท Mattel, Inc.

Ken เป็นตัวการ์ตูนผู้ชาย ที่สูง ผอม และดูมีสุขภาพดี มีบุคลิกที่ดี มีทัศนคติที่คิดบวก กระฉับกระเฉง. มีมารยาท มีใบหน้าหล่อเหลาและน่ารัก เป็นเพื่อนซี้กับ Barbie ชอบทำให้ Barbie มีความสุข มีความสามารถในการแต่งตัว

Ken ถูกสร้างขึ้นเพื่อเป็นคู่หูของตัวการ์ตูน Barbie ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์แฟชั่นต่างๆ Ken และ Barbie ได้รับการเปิดตัวครั้งแรกในงาน Toy Fair ในปี ค.ศ. 1961 สร้างขึ้นที่ ถูกสร้างขึ้นโดย Mattel, Inc. ซึ่งเป็นบริษัทผลิตของเล่นชื่อดัง โดมาอย่างไร Ken ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว ในช่วงต้นปี ค.ศ. 1960 เป็นต้นมา Ken เป็นตัวการ์ตูนที่เน้นการใช้ในการตลาดสินค้า Barbie และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังมีเพิ่มเติมเกี่ยวกับ Ken ที่เป็นพรีเซ็นเตอร์ของบางสินค้า Barbie และทำงานร่วมกับ Barbie ในส่วนต่างๆ แต่ไม่ได้มีข้อมูลที่แน่ชัดเกี่ยวกับระยะเวลาและรายละเอียดเพิ่มเติมในเรื่องนี้

## 87. Cooky



ที่มา <https://www.theconcert.com/news/kpop-music/570>

เจ้าของลิขสิทธิ์ LINE Friends Corporation ออกแบบโดย Cooky ถูกออกแบบโดยสมาชิกของวงการะหว่างรวม BTS (บังทั้น)

Cooky เป็นตัวการ์ตูนที่มีลักษณะเป็นเป็นกระต่ายตัวเล็กสีชมพู มีหูทรงต่างๆ และมีความน่ารัก มีนิสัยที่มีความพยายามและมุ่งมั่น ชอบการผจญภัย และมีมารยาท มีหน้าตาที่น่ารัก และเป็นที่รักของแฟนๆ มุ่งมั่นที่จะทำตามความฝันและแสดงความรักต่อผู้เเวง

Cooky เป็นส่วนหนึ่งของ BT21 ซึ่งเป็นตัวละครที่สร้างขึ้นโดยสมาชิก BTS และ LINE Friends Corporation BT21 ได้รับความนิยมมากในชุมชนแฟนๆ ของ BTS ทั่วโลก สร้างขึ้นเพื่อเป็นตัวละครน่ารักที่สามารถสื่อถึงความเป็นตัวตนของแต่ละสมาชิกในวง BTS Cooky ได้รับการนำมาใช้ในการตลาดสินค้าและโปรโมทความน่ารักและความเป็นเอกลักษณ์ของ BT21 และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

## 88. Carl Fredricksen



ที่มา [https://pixar.fandom.com/wiki/Carl\\_Fredricksen](https://pixar.fandom.com/wiki/Carl_Fredricksen)

Carl Fredricksen เป็นตัวละครในภาพยนตร์ "Up" ซึ่งเป็นผลงานของ Pixar Animation Studios, ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ The Walt Disney Company ตัวละคร Carl Fredricksen ถูกออกแบบโดย Peter Sohn และ Ricky Nierva ตามคำสั่งของผู้กำกับ Pete Docter

Carl Fredricksen เป็นผู้ชายที่มีร่างกายชราและในวัยทองคำ มีความหลงใหลในความทรงจำและความรักของเขา มีลักษณะใบหน้าที่แสดงถึงความเป็นผู้ใหญ่ที่มีประสบการณ์ มุ่งมั่นที่จะทำให้ความฝันของคู่สามีภรรยาเด็กเขาเป็นจริง เป็นนักบินเกียร์เล่นเก่าแก่ มีประสบการณ์และความชำนาญในการบิน

Carl Fredricksen เป็นตัวละครหลักในภาพยนตร์แอนิเมชัน "Up" ซึ่งเปิดตัวเมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน ค.ศ. 2009 แรงแบนดาลใจในการออกแบบมาจากความสำคัญของความทรงจำและความรักในเรื่องราวชีวิต ภาพยนตร์ "Up" ถูกเปิดตัวในงาน Cannes Film Festival ในเดือนพฤษภาคม ค.ศ. 2009 และเข้าฉายในโรงภาพยนตร์ทั่วโลกในเดือนพฤศจิกายน ค.ศ. 2009 การออกแบบตัวละคร Carl Fredricksen ได้รับความอิสระในการสร้าง ซึ่งมุ่งไปที่การทำให้เกิดความรู้สึกของความแบบแผนอย่างสมบูรณ์ในตัวละคร ตัวละคร Carl Fredricksen มีความเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับในวงกว้างของผู้ชม เนื่องจากเป็นตัวละครที่แสดงให้เห็นถึงความจริงของชีวิตผ่านการเดินทางและการผจญภัยของเขากับ Russell น้องเด็กชาวบ้านที่ติดตามมา

## 89. Clinton Barton



ที่มา [https://marvel.fandom.com/wiki/Clinton\\_Barton\\_\(Earth-616\)](https://marvel.fandom.com/wiki/Clinton_Barton_(Earth-616))

Clinton Barton (Hawkeye) เป็นตัวละครใน Marvel Comics ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ Marvel Entertainment, LLC. ตัวละคร Hawkeye ถูกสร้างและออกแบบโดย Stan Lee และ Don Heck ในการปรากฏตัวครั้งแรกใน "Tales of Suspense" เล่มที่ 57 ในเดือน กันยายน ค.ศ. 1964.

Hawkeye เป็นมนุษย์ที่มีทักษะทางการยิงธนูที่ยอดเยี่ยม เป็นคนมีความกล้าหาญ และมีความผูกพันต่อเพื่อนร่วมทีม สวมชุดสีม่วง เสื้อกั๊กสีดำ ลักษณะใบหน้าแสดงถึงความเข้มงวดและพยายามในการทำสิ่งที่ถูกต้อง มุ่งมั่นที่จะต่อสู้เพื่อความยุติธรรมและความชอบธรรม เป็นมืออาชีพในการยิงธนู และมีทักษะในการต่อสู้

Hawkeye เป็นตัวละครการ์ตูนครั้งแรกที่ปรากฏใน "Tales of Suspense" เล่มที่ 57 ในปี 1964 โดย Stan Lee และ Don Heck ความแรงบันดาลใจในการออกแบบมาจากความปรารถนาที่จะมีตัวละครที่มีทักษะทางการยิงธนูในโลกการ์ตูนของ Marvel Hawkeye เป็นตัวละครที่มีความนิยมในสายการ์ตูนของ Marvel และได้ปรากฏตัวในหลายซีรีส์การ์ตูนและภาพยนตร์ซึ่งเน้นการผจญภัยและการต่อสู้



## 90. Khaby Lama



ที่มา <https://brandinside.asia/get-to-know-khaby-lame-king-of-tiktok/>

Khaby Lama เป็นบุคคลที่ไม่ได้เป็นเจ้าของค่ายใด ๆ ของการ์ตูน แต่เป็นสร้างเนื้อหาบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียเพื่อส่งความมุ่งมั่นและความขำขันให้กับผู้ติดตามของเขา Khaby Lama ไม่ได้ถูกออกแบบโดยใครเนื่องจากเป็นบุคคลจริงที่สร้างเนื้อหาบนโซเชียลมีเดีย

Khaby Lama ไม่ได้เป็นตัวการ์ตูน แต่เป็นบุคคลจริงที่สร้างเนื้อหาบนโซเชียลมีเดีย. เขามีลักษณะทางกายภาพเป็นมนุษย์ชายทั่วไป

Khaby Lama (ที่ชื่อเต็มว่า Khabane Lama) เป็นนักแสดงและสร้างเนื้อหาทางโซเชียลมีเดียที่เกิดเมื่อวันที่ 9 มีนาคม ค.ศ. 2000 ในเปรตซี, อิตาลี. เขากลายเป็นสุดยอดนักสร้างเนื้อหาบน TikTok และโซเชียลมีเดียอื่น ๆ โดยทำคลิปวิดีโอที่เน้นการแสดงอารมณ์และความขำขัน Khaby Lama ได้เป็นที่รู้จักในฐานะนักสร้างเนื้อหาบนโซเชียลมีเดีย และมีผู้ติดตามจำนวนมาก ไม่มีข้อมูลที่แน่ชัดว่าเขาเคยเป็นพรีเซ็นเตอร์หรือถูกใช้ในโฆษณาหรือไม่ Khaby Lama ได้เน้นการสร้างเนื้อหาที่มีความมุ่งมั่นที่จะนำเสนอความขำขันและแบบอารมณ์ที่หลากหลายให้กับผู้ติดตามของเขาในโลกของโซเชียลมีเดีย โดยเฉพาะบนแพลตฟอร์ม TikTok และ YouTube

## 91. Koya



ที่มา <https://www.425degree.com/case/elago-line-friends-bt21-case-airpods-1-2-koya.html>

HYBE Corporation (ก่อตั้งด้วยชื่อ Big Hit Entertainment) เป็นค่ายเพลงที่เป็นเจ้าของของวงดนตรี BTS และตัวการ์ตูน KoyaKoya ออกแบบโดย LINE FRIENDS, ซึ่งเป็นบริษัทที่ประสานงานกับ BTS ในการสร้างตัวการ์ตูนนี้

Koya เป็นหมีตัวสีฟ้า มีจมูกเป็นวงรีสีน้ำเงินเข้มที่มีลักษณะน่ารักและนิสัยเป็นมิตร มีหน้าตาที่น่าอัศจรรย์และทรงจำต่าง ๆ ทำให้น่ารักและเป็นที่ยอมรับในวงการ K-pop Koya มีนิสัยที่ใจดีและมิตรต่อผู้อื่น เข้ากับทุกคนด้วยความเป็นมิตรและน่ารัก

Koya สร้างขึ้นเพื่อเป็นตัวการ์ตูนที่แนวคิดมาจากสมาชิกหนึ่งของวงดนตรี BTS โดย LINE FRIENDS Koya เป็นตัวการ์ตูนที่ถูกใช้ในการตลาดและโฆษณาสินค้าและส่วนหนึ่งในการสร้างยอดขายของสินค้าที่เกี่ยวข้องกับ BTS และ LINE FRIENDS. บ้างจากไอเท็มเช่น เสื้อผ้า ของใช้ หรือสิ่งของตกแต่ง

## 92. Gintama



ที่มา <https://th.wikipedia.org/wiki/กินทามาะ>

ค่ายที่เป็นเจ้าของ "Gintama" คือ ค่าย Sunrise.การ์ตูน "Gintama" ถูกสร้างโดย ชอระ ชูโต ซากตา ผู้เป็นผู้ให้เนื้อหาต้นฉบับของการ์ตูนนี้

Gintama เป็นนักรบซามูไร มีผมสีเงิน สวมชุดสีขาว ฟ้ายาและดำ มีมิดซามูไรติดตัวไว้ มีนิสัยกวนๆ ความแข็งแรงและเป็นมิตร หน้าตาเรียบเฉย ชอบอ่านนิยายการ์ตูนรายสัปดาห์ มีความสามารถในการต่อสู้

Gintama เป็นซีรีส์มังงะญี่ปุ่น แต่งเรื่องและวาดภาพโดยฮิเดอากิ โซราจิ มีฉากในนครเอโดะที่ถูกครอบครองโดยมนุษย์ต่างดาวที่เรียกว่าชาวสวรรค์ เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับซามูไรชื่อซากาตะกินโทกิ ซึ่งทำงานเป็นนักรับจ้างอิสระพร้อมด้วยลูกจ้างสองคนคือชิมูระ ชินปาจิและคางุระ เพื่อหาเงินมาจ่ายค่าเช่าที่รายเดือน ตีพิมพ์ในนิตยสารโชเน็งจัมป์รายสัปดาห์ ของสำนักพิมพ์ชูเอฉะ ตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2546 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2561 และตีพิมพ์ต่อในนิตยสารจัมป์ GIGA ตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2561 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 และเผยแพร่ต่อถึงตอนจบในแอปพลิเคชัน กินทามาะ ในเดือนพฤษภาคมและมิถุนายน พ.ศ. 2562

## 93. Garfield



ที่มา <https://hmong.in.th/wiki/Garfield>

ค่ายที่เป็นเจ้าของของ "Garfield" คือ Paws, Inc."Garfield" ถูกสร้างโดย จิม เดวิส (Jim Davis) ทำให้เป็นผลงานสำคัญของเขา หนังสือการ์ตูนที่สร้างขึ้นโดยจิมเดวิส ตีพิมพ์ครั้งแรกในท้องถิ่นเมื่อจอนในปีพ. ศ. 2519

Garfield เป็นเจ้าแมวอ้วนพันธุ์อังกฤษขนสั้น สีส้ม มีลายสีดำ และมีความคิดเป็นของตัวเอง ดูจะมั่นใจในตัวเอง ด้วยนิสัยขวางโลก แต่ที่เก็ยจเป็นที่สุด 2 สิ่งที่มันชอบที่สุดคือ การนอน และการกิน โดยเฉพาะลาซัญญาซึ่งเป็นของโปรด นอกจากนี้ ยังชอบดูทีวี และชอบแกล้ง จอน ผู้เป็นเจ้าของ และ โอดี้ เจ้าหมาน้อยคู่กัด มันยังชอบทรมานบุรุษไปรษณีย์เล่นๆ และชอบทุบแมงมุม อาหารว่างของ Garfield คือ นกขมื่น และนกส่วนใหญ่ที่ขนาดพอคำ Garfield ปฏิเสธที่จะจับหนู (และก็ชอบเป็นเพื่อนกับหนู) แม้จะดูว่าชอบกินไปซะหมด แต่สิ่งที่เกลียดมาก คือ ผักโขม และลูกเกต ส่วนที่ดีที่สุดของ Garfield คือ รักครอบครัว นั่นคือเจ้านายและโอดี้ แม้ถึงจะกัดกันบ่อยแค่ไหนก็ตาม

Garfield เป็นการ์ตูนช่องเรื่องสั้น เขียนโดย จิม เดวิส ตัวละครนำในเรื่องได้แก่ เจ้าแมวอ้วน การฟิลด์ เจ้าหมาน้อย โอดี้ และหนุ่มผู้เป็นเจ้าของเจ้าการฟิลด์และโอดี้ จอน อาร์บัคเคิ้ล ในปี ค.ศ. 2006 การ์ตูนช่องเรื่องการฟิลด์ถูกตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์กว่า 2,570 ฉบับทั่วโลก หนังสือกินเนสบุ๊กได้บันทึกว่าการ์ตูนเรื่องนี้ เป็นการ์ตูนช่องที่ได้รับการตีพิมพ์มากที่สุดในโลก นอกจากนี้ความสำเร็จของการฟิลด์มิได้หยุดแคในหนังสือพิมพ์ การฟิลด์ยังปรากฏโฉมในรูปแบบการ์ตูนคอมมิค การ์ตูนแอนิเมชัน ภาพยนตร์ และสินค้าลิขสิทธิ์อื่นๆ อีกมากมายหลายรูปแบบ ถือเป็นการ์ตูนอเมริกันที่ประสบความสำเร็จที่สุดเรื่องหนึ่ง

#### 94. Captain America



ที่มา [https://en.wikipedia.org/wiki/Captain\\_America](https://en.wikipedia.org/wiki/Captain_America)

Captain America เป็นตัวการ์ตูนของ Marvel Comics, ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ Marvel Entertainment, LLC Captain America ถูกสร้างโดย จอ Jack Kirby และ 'โทมัส ไฮเรอะ (Joe Simon and Timely Publications) เป็นผลงานของพวกเขา

Captain America เป็นซูเปอร์ฮีโร่ที่มีกล้ามเนื้อและความแข็งแรงที่พัฒนาจากการฝึกซ้อมและการใช้ชุดเกราะ มีนิสัยน่ารัก แข็งแรง เข้มแข็งและมีความสามารถในการเป็นผู้นำและอยู่ในสภาพจิตใจที่ดี มีเอกลักษณ์ด้วยหน้ากาขาดเล็กที่ปกคลุมจมูกและปาก มีดาบและเลื่อยเกราะที่มีเครื่องหมาย A สีแดง สวมชุดเกราะสีแดงน้ำเงิน และมีโล่บังสิ่งอันตรายสีแดง น้ำเงินมีเครื่องหมาย A เป็นเอกลักษณ์

Captain America ถูกสร้างขึ้นครั้งแรกในการ์ตูน "Captain America Comics" เล่มที่ 1 ฉบับวันที่ 20 ธันวาคม ค.ศ. 1940 โดย Joe Simon และ Jack Kirby ในยุคที่เป็นช่วงครึ่งของสงครามโลกครั้งที่สอง. มีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมแรงจูงใจแก่ชาวอเมริกันในการต่อสู้กับนาซีและสาธารณรัฐสัมพันธมิตร Captain America เป็นตัวการ์ตูนที่ได้รับความนิยมอย่างมากและมีการใช้เป็นฟรีเซ็นต์ออร์ในหลายสิ่ง โดยเฉพาะสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการ์ตูน นอกจากนี้ยังปรากฏในโฆษณาทางโทรทัศน์ และมีการใช้ในการโปรโมทสินค้าและเหตุการณ์ทางการตลาดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการ์ตูนนี้

## 95. Captain Marvel



ที่มา [https://th.wikipedia.org/wiki/กัปตัน\\_มาร์เวล\\_\(ภาพยนตร์\)](https://th.wikipedia.org/wiki/กัปตัน_มาร์เวล_(ภาพยนตร์))

Captain Marvel เป็นตัวการ์ตูนของ Marvel Comics, ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ Marvel Entertainment, LLC Captain Marvel ถูกสร้างโดย Roy Thomas และ Gene Colan และนำเสนอครั้งแรกใน Marvel Super-Heroes #12 ในเดือน ธันวาคม ค.ศ. 1967

Captain Marvel เป็นซูเปอร์ฮีโร่ผู้หญิง สวมชุดซูเปอร์ฮีโร่สีแดง น้ำเงินและทอง มีสติลพิเศษ มีนิสัยน่ารัก มีวินัย รับผิดชอบ น่าเชื่อถือ มีหน้าที่น่ารักและมีรอยยิ้ม มีหน้าปกป้องสิ่งที่ดีและทำความดี มีพลังพิเศษ ใช้พลังของคำสาปและพลังจิต มีความเร็วและความอดทน

Captain Marvel ถูกสร้างขึ้นครั้งแรกในการ์ตูน Marvel Super-Heroes 12 ในปี ค.ศ. 1967 โดย Roy Thomas และ Gene Colan ในตำนานของซูเปอร์ฮีโร่ที่มีพลังพิเศษมากและเป็นส่วนหนึ่งของ Marvel Comics Captain Marvel ได้รับการรีบูตใหม่ในช่วงปี 2012 ซึ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงทางการ์ตูนเพื่อเป็นตัวการ์ตูนที่หลากหลายและมีพลังที่มาจากคำสาป Captain Marvel เป็นตัวการ์ตูนที่ได้รับความนิยมมากและเคยใช้เป็นพรีเซ็นเตอร์ในหลายสิ่ง โดยเฉพาะสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการ์ตูน นอกจากนี้ยังปรากฏในโฆษณาทางโทรทัศน์ และมีการใช้ในการโปรโมทสินค้าและเหตุการณ์ทางการตลาดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการ์ตูนนี้

## 96. I am Groot



ที่มา <https://www.beartai.com/lifestyle/165354>

I am Groot เป็นตัวการ์ตูนที่เกี่ยวข้องกับ Marvel Comics, ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของ Marvel Entertainment LLC. Marvel Comics คือ บริษัทที่ก่อตั้งโดย Martin Goodman ในปี 1939 และเป็นหนึ่งในบริษัทสำคัญในวงการการ์ตูนของสหรัฐอเมริกา.

Groot เป็นต้นไม้เนื้อหนา มีใบไม้ที่คล้ายกิ่งไม้ ที่มีลักษณะท่าทางการพูดจาเหมือนกับมนุษย์ มีลักษณะที่น่ารัก น่าเอ็นดู มีสีน้ำตาลเข้มและมีดวงตาขนาดใหญ่ มุ่งมั่นที่จะปกป้อง ช่วยเหลือเพื่อนร่วมทีม ร่างกายสามารถเติบโตและเปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์และความต้องการ มีความแข็งแรงและทนทาน

Groot เป็นตัวละครการ์ตูนที่ปรากฏครั้งแรกใน "Tales to Astonish" 13 ของ Marvel Comics ในปี ค.ศ. 1960. ตัวละคร Groot ได้รับการพัฒนาและปรับปรุงตามกิจกรรมและแอนิเมชันที่ต่างกันในช่วงเวลาต่าง ๆ ในการ์ตูนของ Marvel จากที่ทราบ, Groot ไม่ได้เป็นฟรีเซ็นเตอร์หรือใช้ในการโฆษณาสินค้าหรือบริการใด ๆ

## 97. Eleven Stranger Things



ที่มา <https://strangerthings.fandom.com/wiki/Eleven>

"Stranger Things" คือซีรีส์อนิเมชันแนวไซไฟและดราม่าที่ได้รับการผลิตโดยค่าย Netflix. ออกแบบโดยตัวละคร Eleven ถูกสร้างและเขียนโดย ร็อบบิน พาดเตอร์ และ แมท แดฟเฟอร์.

Eleven เป็นตัวละครเด็กผู้หญิง มีทรงผมสีน้ำตาลและหน้าตาเด็ก มีนิสัยเงียบ ดูดี มีพลังทางจิตใจ ทรงพลังและมีเข้มแข็งในการเอาตัวรอด มุ่งมั่นที่จะค้นหาความจริง และต่อสู้เพื่อความยุติธรรม มีพลังทางจิตที่ช่วยในการควบคุมและใช้พลังแก้ไขปัญหา

Eleven เป็นตัวละครหลักในซีรีส์ Stranger Things ซึ่งเริ่มตอนแรกฉายในปี ค.ศ. 2016 บน Netflix. ตัวละครนี้ได้รับความนิยมมากจากผู้ชมด้วยบทบาทที่น่าสนใจและพลังพิเศษที่มี Eleven ปรากฏตัวในตอนแรกของ Stranger Things ที่เริ่มฉายในปี ค.ศ. 2016 ซีรีส์ Stranger Things ถูกสร้างขึ้นโดยบริษัท Netflix Originals และถูกถ่ายทำในสหรัฐอเมริกา Eleven เป็นเด็กหญิงที่ถูกทดลองและทำการทดสอบในโครงการทางวิทยาศาสตร์ ทำให้เธอมีพลังพิเศษทางจิตเป็นผล เขียนบทและอำนวยการสร้างโดย Duffer Brothers รับผิดชอบโดยนักแสดงหญิงชาวอังกฤษ มิลลี บ็อบบี้ บราวน์



## 98. Godzilla



ที่มา <https://th.wikipedia.org/wiki/ก๊อตซิลลา>

Toho Company Ltd. เป็นค่ายที่เป็นเจ้าของของ Godzilla และเป็นบริษัทผลิตภาพยนตร์และโฆษณาชั้นนำของญี่ปุ่น. Godzilla ถูกสร้างและออกแบบโดย Ishirō Honda, Tomoyuki Tanaka, Takeo Murata, Eiji Tsuburaya, และ Akira Ifukube ในภาพยนตร์เรื่องแรก "Godzilla" ปี 1954

Godzilla เป็นสัตว์ประหลาดยักษ์มีรูปร่างคล้ายไดโนเสาร์ผสมกับนกพิราบ มีหัวใหญ่ ลำตัวท้วมและหางยาวที่ลอยในอากาศ สูงประมาณ 50-120 เมตร ที่ใหญ่สุดอยู่ที่ 315 เมตร เป็นขนาดของก๊อตซิลล่า เอิร์ท มีใบหน้าร้าย โหด ดำ มีสีอง ลายเส้นสีดำ มีพลังและการโจมตีที่หลากหลาย

Godzilla เป็นตัวละครการ์ตูนและภาพยนตร์ที่ถูกสร้างขึ้นครั้งแรกในภาพยนตร์ "Godzilla" ในปี 1954 โดย Toho Company Ltd. เพราะได้รับความนิยมมาก มีการสร้างภาคต่อและรีเมกเกาะญี่ปุ่นทำให้ Godzilla เป็นตัวละครที่มียอดนิยมในวงการภาพยนตร์และการ์ตูน Godzilla ถูกใช้ในโฆษณาและการตลาดสินค้ามากมาย เช่น เล่นเกม ของเล่น, เสื้อผ้า, หรือสินค้าแฟชั่น

## 99. Ember Lumen



ที่มา <https://disney-fandom-com.translate.goog/wiki>

Ember Lumen เป็นตัวละครจากภาพยนตร์คอมพิวเตอร์แอนิเมชันอเมริกาแนวสุขนาฏกรรม-นาฏกรรม-วีรคติในปี พ.ศ. 2566 ผลิตโดยวอลต์ดิสนีย์พิกเชอส์และพิกซาร์แอนิเมชันสตูดิโอส์ จัดจำหน่ายโดยวอลต์ดิสนีย์สตูดิโอส์โมชันพิกเชอส์ กำกับโดยปีเตอร์ ซอห์นและอำนวยการผลิตโดย Denise Ream เขียนบทโดย John Hoberg และ Kat Likkel ส่วน Brenda Hsueh, ซอห์นและ ปีต ดอกเตอร์

Ember เป็นหญิงสาวที่มีรูปร่างหน้าตาน่าดึงดูดอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากเป็นธาตุไฟ ร่างกายจึงประกอบด้วยไฟสีแดง ส้ม และเหลือง มีรูปร่างค่อนข้างเพรียว ช่วงส่วนล่างกว้างขึ้นอย่างเห็นได้ชัด และมีรูปร่างดีขึ้น ส่งผลให้เธอเด็ก ต้นขาหนา มีคิ้วสมบุรณ์ จมูกแหลมเล็กน้อย ขนตาหนา และดวงตาที่มีโทนสีคล้ายไฟ Ember สวมเสื้อผ้าที่ทนไฟได้อย่างเห็นได้ชัด เสื้อคลุมมีฮู้ดแขนกุดสีดำแวววาวที่มีดีไซน์ไว้วางกัน รวมถึงกระโปรงเข้าสู่ชุดที่เผยให้เห็นหัวเข่าของเธอ บางครั้งเธอก็สวมเสื้อฮู้ดสีครามที่มีดีไซน์คล้ายกัน

Ember เป็นตัวเอกของElementalภาพยนตร์แอนิเมชันของ Disney Pixar ปี 2023 เธอเป็นหญิงสาวที่ร้อนแรง เธอเป็นลูกสาวคนเดียวของBernie และ Cinder Lumenผู้อพยพ

จาก Fireland เธอใฝ่ฝันที่จะเข้าครอบครองร้านสะดวกซื้อของพ่อของเธอ นั่นคือ Fireplace หลังจากที่พ่อของเธอเกษียณอายุ เมื่ออารมณ์ระเบิดของเธอทำให้ท่อระเบิด เอ็มเบอร์ทำงานร่วมกับเวด ริปเปิลนักเล่นน้ำที่ดูย่น้ำเพื่อซ่อมท่อและป้องกันไม่ให้เตาผิงปิดตัวลง ในระหว่างการผจญภัย Ember ค่อยๆ ตระหนักได้ว่าเธออาจไม่ต้องการเปิดร้านดับเพลิงและไล่ตามความฝันใหม่ด้วยความช่วยเหลือจากมิตรภาพที่เพิ่งค้นพบและความโรแมนติกที่เบ่งบานกับ Wade

#### 100. Wade Ripple



ที่มา <https://disney-fandom-com.translate.goog/wiki/>

Wade Ripple เป็นตัวละครจากภาพยนตร์คอมพิวเตอร์แอนิเมชันอเมริกาแนวสุขนาฏกรรม-นาฏกรรม-วีรคติในปี พ.ศ. 2566 ผลิตโดยวอลต์ดิสนีย์พิกเชอส์และพิกซาร์แอนิเมชันสตูดิโอส์ จัดจำหน่ายโดยวอลต์ดิสนีย์สตูดิโอส์โมชันพิกเชอส์ กำกับโดยปีเตอร์ ซอห์นและอำนวยการผลิตโดย Denise Ream เขียนบทโดย John Hoberg และ Kat Likkel ส่วน Brenda Hsueh, ซอห์นและ ฟิต ดอกเตอร์

Wade Ripple เป็นชายหนุ่มที่มีรูปลักษณ์ที่น่าดึงดูดอย่างเห็นได้ชัดแต่มีความเป็นมิตร เนื่องจากเป็นธาตุน้ำ ร่างกายทั้งหมดของเขาจึงถูกสร้างขึ้นจากน้ำสีฟ้าโปร่งแสง มีรูปร่างค่อนข้างอ้วนท้วมว่าสร้างมาอย่างดีซึ่งสูงกว่า ร่าง ของเอ็มเบอร์มาก มีคิ้วสีน้ำเงินเข้มที่สมบุรณ์ มีคลื่นที่มีลักษณะคล้ายผมบนศีรษะ มีขนาดเล็ก จมูกและดวงตาถูกย้อมด้วยสีน้ำเงินสองเฉด

Wade Ripple เป็น ผู้เขียนบทภาพยนตร์แอนิเมชัน Elemental ของ Disney / Pixar ปี 2023 เวดได้รับการอธิบายว่าเป็นคนชอบเที่ยวและทำงานเป็นผู้ตรวจเมืองของ

Element City เมื่อเขาติดอยู่ในท่อที่อุดตันขณะคั้นหารอยร้าว การระเบิดจากFiretownทำให้ท่อไม่อุดตันและดูค Wade เข้าไปในห้องใต้ดินของ Fireplace ซึ่งเขาได้พบกับEmber Lumenพนักงานคนหนึ่ง จากการตรวจสอบ เขาพบว่าท่อของ Fireplace ไม่เป็นไปตามรหัส และการระเบิดเหล่านั้นอาจส่งผลให้ Fireplace ถูกปิดได้ ด้วยความรู้สึกเห็นใจต่อ Ember เขาจึงทำงานร่วมกับเธอเพื่อแก้ไขรอยร้าวและช่วย Fireplace ไม่ให้ถูกปิด ในขณะที่เดียวกันก็ตกหลุมรักเธอ



## ตารางเปรียบเทียบตัวละครจาก Google Trend

### 1.Hello Kitty

month	mickey mouse	Hello kitty
2018-01	68	33
2018-02	66	34
2018-03	63	32
2018-04	62	30
2018-05	62	30
2018-06	57	30
2018-07	58	31
2018-08	63	32
2018-09	63	31
2018-10	68	28
2018-11	89	30
2018-12	79	32
2019-01	66	27
2019-02	64	27
2019-03	60	28
2019-04	54	26
2019-05	53	25
2019-06	52	25
2019-07	54	28
2019-08	51	27
2019-09	53	25
2019-10	58	27
2019-11	65	31
2019-12	60	28
2020-01	57	24
2020-02	59	24
2020-03	50	22
2020-04	53	25
2020-05	54	27
2020-06	53	27
2020-07	57	31
2020-08	53	32
2020-09	52	32

2020-10	57	32
2020-11	58	33
2020-12	58	33

### 1. Hello Kitty(ต่อ)

month	mickey mouse	Hello kitty
2021-01	51	29
2021-02	48	29
2021-03	47	30
2021-04	48	29
2021-05	48	30
2021-06	46	28
2021-07	49	37
2021-08	47	30
2021-09	48	29
2021-10	56	31
2021-11	60	33
2021-12	61	44
2022-01	55	45
2022-02	49	42
2022-03	47	44
2022-04	52	49
2022-05	44	51
2022-06	45	50
2022-07	49	50
2022-08	47	55
2022-09	48	52
2022-10	49	56
2022-11	54	60
2022-12	52	72
2023-01	48	75
2023-02	56	73
2023-03	48	73
2023-04	45	73
2023-05	42	74
2023-06	42	71
2023-07	43	74
2023-08	42	77

2023-09	42	70
2023-10	47	74
2023-11	46	84
2023-12	51	100

## 2.Homer Jame Simpson

month	mickey mouse	Homer jame simpson
2018-01	76	0
2018-02	74	0
2018-03	70	0
2018-04	70	0
2018-05	69	0
2018-06	64	0
2018-07	64	0
2018-08	70	0
2018-09	71	0
2018-10	76	0
2018-11	100	0
2018-12	88	0
2019-01	74	0
2019-02	71	0
2019-03	68	0
2019-04	60	0
2019-05	59	0
2019-06	59	0
2019-07	60	0
2019-08	57	0
2019-09	59	0
2019-10	64	0
2019-11	73	0
2019-12	67	0
2020-01	63	0
2020-02	66	0
2020-03	56	0
2020-04	59	0
2020-05	60	0
2020-06	60	0
2020-07	64	0
2020-08	59	0
2020-09	58	0
2020-10	63	0

2020-11	64	0
2020-12	65	0

## 2.Homer Jame Simpson(ต่อ)

month	mickey mouse	Homer jame simpson
2021-01	57	0
2021-02	54	0
2021-03	52	0
2021-04	54	0
2021-05	53	0
2021-06	51	0
2021-07	55	0
2021-08	53	0
2021-09	53	0
2021-10	63	0
2021-11	67	0
2021-12	69	0
2022-01	61	0
2022-02	55	0
2022-03	53	0
2022-04	59	0
2022-05	49	0
2022-06	51	0
2022-07	55	0
2022-08	53	0
2022-09	53	0
2022-10	55	0
2022-11	60	0
2022-12	58	0
2023-01	54	0
2023-02	63	0
2023-03	54	0
2023-04	50	0
2023-05	47	0
2023-06	47	0
2023-07	48	0
2023-08	47	0



2023-09	47	0
2023-10	53	0
2023-11	52	0
2023-12	57	0

### 3.Harry potter

month	mickey mouse	Harry potter
2018-01	11	64
2018-02	11	52
2018-03	11	48
2018-04	10	52
2018-05	10	52
2018-06	9	48
2018-07	9	54
2018-08	9	54
2018-09	10	58
2018-10	11	62
2018-11	14	84
2018-12	12	76
2019-01	10	58
2019-02	10	54
2019-03	9	50
2019-04	9	49
2019-05	8	45
2019-06	8	53
2019-07	9	52
2019-08	8	53
2019-09	8	48
2019-10	9	54
2019-11	10	61
2019-12	10	66
2020-01	9	61
2020-02	9	47
2020-03	8	57
2020-04	9	78
2020-05	9	68
2020-06	9	56
2020-07	9	55
2020-08	8	61
2020-09	8	80
2020-10	9	82
2020-11	9	82

2020-12	9	92
---------	---	----

### 3.Harry potter(ต่อ)

month	mickey mouse	Harry potter
2021-01	8	71
2021-02	8	61
2021-03	8	54
2021-04	8	63
2021-05	8	51
2021-06	7	51
2021-07	8	55
2021-08	7	54
2021-09	8	51
2021-10	9	57
2021-11	10	71
2021-12	9	84
2022-01	9	100
2022-02	8	56
2022-03	8	50
2022-04	8	59
2022-05	8	47
2022-06	7	46
2022-07	8	47
2022-08	7	49
2022-09	8	47
2022-10	8	57
2022-11	8	58
2022-12	8	58
2023-01	7	58
2023-02	9	85
2023-03	8	50
2023-04	7	54
2023-05	7	46
2023-06	7	47
2023-07	6	49
2023-08	7	50
2023-09	7	51
2023-10	8	59
2023-11	8	57
2023-12	8	65

## 4. Harley quin

month	mickey mouse	Harley quin
2018-01	76	1
2018-02	78	1
2018-03	76	1
2018-04	71	1
2018-05	70	1
2018-06	66	1
2018-07	67	1
2018-08	68	1
2018-09	71	1
2018-10	78	2
2018-11	100	1
2018-12	85	1
2019-01	72	1
2019-02	70	1
2019-03	67	1
2019-04	63	1
2019-05	59	1
2019-06	61	1
2019-07	62	1
2019-08	59	1
2019-09	61	1
2019-10	65	2
2019-11	72	1
2019-12	68	1
2020-01	66	1
2020-02	67	2
2020-03	59	1
2020-04	62	1
2020-05	63	1
2020-06	62	1
2020-07	65	1
2020-08	60	1
2020-09	58	1

2020-10	64	2
2020-11	65	1
2020-12	64	1

#### 4. Harley Quin(ต่อ)

month	mickey mouse	Harley quin
2021-01	58	1
2021-02	56	1
2021-03	56	1
2021-04	55	1
2021-05	54	1
2021-06	52	1
2021-07	55	1
2021-08	53	1
2021-09	54	1
2021-10	62	2
2021-11	70	1
2021-12	68	1
2022-01	62	1
2022-02	57	1
2022-03	54	1
2022-04	54	1
2022-05	55	0
2022-06	52	1
2022-07	55	1
2022-08	52	1
2022-09	54	1
2022-10	54	1
2022-11	59	1
2022-12	60	0
2023-01	52	1
2023-02	64	1
2023-03	54	1
2023-04	53	1
2023-05	47	0
2023-06	49	1
2023-07	46	1
2023-08	47	1
2023-09	47	1
2023-10	54	1

2023-11	54	1
2023-12	56	1

## 5.Haru Beastar



month	mickey mouse	Haru Bestar
2018-01	76	0
2018-02	74	0
2018-03	70	0
2018-04	70	0
2018-05	69	0
2018-06	64	0
2018-07	64	0
2018-08	70	0
2018-09	71	0
2018-10	76	0
2018-11	100	0
2018-12	88	0
2019-01	74	0
2019-02	71	0
2019-03	68	0
2019-04	60	0
2019-05	59	0
2019-06	59	0
2019-07	60	0
2019-08	57	0
2019-09	59	0
2019-10	64	0
2019-11	73	0
2019-12	67	0
2020-01	63	0
2020-02	66	0
2020-03	56	0
2020-04	59	0
2020-05	60	0
2020-06	60	0
2020-07	64	0
2020-08	59	0
2020-09	58	0
2020-10	63	0
2020-11	64	0
2020-12	65	0

### 5.Haru Bestar(ต่อ)

month	mickey mouse	Haru Beestar
2021-01	57	0
2021-02	54	0
2021-03	52	0
2021-04	54	0
2021-05	53	0
2021-06	51	0
2021-07	55	0
2021-08	53	0
2021-09	53	0
2021-10	63	0
2021-11	67	0
2021-12	69	0
2022-01	61	0
2022-02	55	0
2022-03	53	0
2022-04	59	0
2022-05	49	0
2022-06	51	0
2022-07	55	0
2022-08	53	0
2022-09	53	0
2022-10	55	0
2022-11	60	0
2022-12	58	0
2023-01	54	0
2023-02	63	0
2023-03	54	0
2023-04	50	0
2023-05	47	0
2023-06	47	0
2023-07	48	0
2023-08	47	0
2023-09	47	0
2023-10	53	0
2023-11	52	0
2023-12	57	0

## 6.The Hulk

month	mickey mouse	The Hulk
2018-01	76	9
2018-02	74	10
2018-03	70	12
2018-04	70	16
2018-05	69	20
2018-06	64	11
2018-07	64	10
2018-08	70	11
2018-09	71	10
2018-10	76	9
2018-11	100	10
2018-12	88	10
2019-01	74	11
2019-02	71	10
2019-03	68	12
2019-04	60	19
2019-05	59	20
2019-06	59	11
2019-07	60	10
2019-08	57	11
2019-09	59	8
2019-10	64	8
2019-11	73	9
2019-12	67	9
2020-01	63	8
2020-02	66	8
2020-03	56	9
2020-04	59	14
2020-05	60	12
2020-06	60	9
2020-07	64	10
2020-08	59	11
2020-09	58	10
2020-10	63	9
2020-11	64	8
2020-12	65	8

## 6.The Hulk(ต่อ)



month	mickey mouse	The Hulk
2021-01	57	10
2021-02	54	10
2021-03	52	11
2021-04	54	9
2021-05	53	9
2021-06	51	9
2021-07	55	11
2021-08	53	10
2021-09	53	8
2021-10	63	7
2021-11	67	8
2021-12	69	10
2022-01	61	13
2022-02	55	10
2022-03	53	10
2022-04	59	11
2022-05	49	12
2022-06	51	9
2022-07	55	11
2022-08	53	21
2022-09	53	17
2022-10	55	15
2022-11	60	8
2022-12	58	7
2023-01	54	8
2023-02	63	8
2023-03	54	7
2023-04	50	7
2023-05	47	7
2023-06	47	9
2023-07	48	8
2023-08	47	7
2023-09	47	6
2023-10	53	6
2023-11	52	7
2023-12	57	6

## 7.Iron man

month	mickey mouse	Iron man

2018-01	35	26
2018-02	34	31
2018-03	32	34
2018-04	32	41
2018-05	32	58
2018-06	30	37
2018-07	30	33
2018-08	32	34
2018-09	33	34
2018-10	35	36
2018-11	46	29
2018-12	40	36
2019-01	34	29
2019-02	33	27
2019-03	31	36
2019-04	28	61
2019-05	27	100
2019-06	27	49
2019-07	28	45
2019-08	26	41
2019-09	27	35
2019-10	30	32
2019-11	34	31
2019-12	31	31
2020-01	29	29
2020-02	30	26
2020-03	26	30
2020-04	27	40
2020-05	28	40
2020-06	27	33
2020-07	30	33
2020-08	27	24
2020-09	27	39
2020-10	29	33
2020-11	30	30
2020-12	30	36

## 7.Iron man(ต่อ)

month	mickey mouse	Iron man
2021-01	26	32
2021-02	25	33
2021-03	24	35
2021-04	25	36
2021-05	24	34
2021-06	24	30
2021-07	25	35
2021-08	24	34
2021-09	24	33
2021-10	29	27
2021-11	31	29
2021-12	32	36
2022-01	28	47
2022-02	25	37
2022-03	24	30
2022-04	27	32
2022-05	22	35
2022-06	23	30
2022-07	25	30
2022-08	24	30
2022-09	25	26
2022-10	25	27
2022-11	28	26
2022-12	27	29
2023-01	25	27
2023-02	29	26
2023-03	25	23
2023-04	23	23
2023-05	22	23
2023-06	22	26
2023-07	22	26
2023-08	22	22
2023-09	21	22
2023-10	24	25
2023-11	24	24
2023-12	26	24

8.AppleJack(little pony)

month	mickey mouse	AppleJack little pony
2018-01	76	0
2018-02	74	0
2018-03	70	0
2018-04	70	0
2018-05	69	0
2018-06	64	0
2018-07	64	0
2018-08	70	0
2018-09	71	0
2018-10	76	0
2018-11	100	0
2018-12	88	0
2019-01	74	0
2019-02	71	0
2019-03	68	0
2019-04	60	0
2019-05	59	0
2019-06	59	0
2019-07	60	0
2019-08	57	0
2019-09	59	0
2019-10	64	0
2019-11	73	0
2019-12	67	0
2020-01	63	0
2020-02	66	0
2020-03	56	0
2020-04	59	0
2020-05	60	0
2020-06	60	0
2020-07	64	0
2020-08	59	0
2020-09	58	0
2020-10	63	0
2020-11	64	0
2020-12	65	0

## 8.AppleJack(little pony) (ต่อ)

month	mickey mouse	AppleJack little pony
2021-01	57	0
2021-02	54	0
2021-03	52	0
2021-04	54	0
2021-05	53	0
2021-06	51	0
2021-07	55	0
2021-08	53	0
2021-09	53	0
2021-10	63	0
2021-11	67	0
2021-12	69	0
2022-01	61	0
2022-02	55	0
2022-03	53	0
2022-04	59	0
2022-05	49	0
2022-06	51	0
2022-07	55	0
2022-08	53	0
2022-09	53	0
2022-10	55	0
2022-11	60	0
2022-12	58	0
2023-01	54	0
2023-02	63	0
2023-03	54	0
2023-04	50	0
2023-05	47	0
2023-06	47	0
2023-07	48	0
2023-08	47	0
2023-09	47	0
2023-10	53	0
2023-11	52	0
2023-12	57	0

## 9. Ant man

month	mickey mouse	Ant man
2018-01	36	6
2018-02	35	8
2018-03	33	7
2018-04	33	12
2018-05	33	20
2018-06	30	25
2018-07	30	100
2018-08	33	35
2018-09	33	24
2018-10	36	29
2018-11	47	14
2018-12	41	18
2019-01	35	11
2019-02	34	14
2019-03	32	14
2019-04	28	22
2019-05	28	17
2019-06	28	9
2019-07	28	7
2019-08	27	7
2019-09	28	5
2019-10	30	5
2019-11	34	5
2019-12	32	5
2020-01	30	4
2020-02	31	4
2020-03	27	6
2020-04	28	8
2020-05	28	7
2020-06	28	5
2020-07	30	5
2020-08	28	6
2020-09	27	5
2020-10	30	4
2020-11	30	4
2020-12	31	5

## 9.Ant man

month	mickey mouse	Ant man
2021-01	27	5
2021-02	25	6
2021-03	25	6
2021-04	25	9
2021-05	25	5
2021-06	24	5
2021-07	26	7
2021-08	25	5
2021-09	25	5
2021-10	30	4
2021-11	32	4
2021-12	32	5
2022-01	29	6
2022-02	26	4
2022-03	25	4
2022-04	28	4
2022-05	23	4
2022-06	24	4
2022-07	26	6
2022-08	25	4
2022-09	25	4
2022-10	26	6
2022-11	28	5
2022-12	27	5
2023-01	25	16
2023-02	30	93
2023-03	25	25
2023-04	24	22
2023-05	22	20
2023-06	22	8
2023-07	23	6
2023-08	22	5
2023-09	22	4
2023-10	25	4
2023-11	24	4
2023-12	27	3

10.Elsa

month	mickey mouse	Eha
2018-01	26	34
2018-02	25	33
2018-03	24	31
2018-04	23	30
2018-05	24	32
2018-06	21	30
2018-07	22	30
2018-08	22	29
2018-09	24	28
2018-10	26	28
2018-11	33	29
2018-12	28	31
2019-01	24	30
2019-02	23	32
2019-03	22	28
2019-04	21	25
2019-05	20	26
2019-06	19	26
2019-07	20	24
2019-08	20	25
2019-09	21	25
2019-10	21	27
2019-11	24	45
2019-12	22	54
2020-01	21	41
2020-02	21	35
2020-03	19	34
2020-04	21	35
2020-05	20	34
2020-06	20	30
2020-07	22	29
2020-08	19	30
2020-09	19	33
2020-10	21	32
2020-11	22	34
2020-12	21	35



## 10.Elsa(ต่อ)

month	mickey mouse	Elsa
2021-01	18	32
2021-02	18	30
2021-03	18	29
2021-04	19	27
2021-05	18	29
2021-06	17	27
2021-07	18	100
2021-08	18	28
2021-09	18	27
2021-10	20	27
2021-11	22	30
2021-12	22	30
2022-01	20	30
2022-02	19	30
2022-03	18	26
2022-04	19	25
2022-05	17	26
2022-06	17	26
2022-07	18	26
2022-08	18	25
2022-09	18	26
2022-10	18	26
2022-11	19	25
2022-12	19	26
2023-01	18	25
2023-02	21	25
2023-03	18	23
2023-04	17	22
2023-05	16	23
2023-06	16	22
2023-07	16	22
2023-08	16	22
2023-09	15	21
2023-10	18	22
2023-11	18	22
2023-12	19	25

## 11.RJ BT21

month	mickey mouse	RJ BT21
2018-01	76	0
2018-02	74	0
2018-03	70	0
2018-04	70	0
2018-05	69	0
2018-06	64	0
2018-07	64	0
2018-08	70	0
2018-09	71	0
2018-10	76	0
2018-11	100	0
2018-12	88	0
2019-01	74	0
2019-02	71	0
2019-03	68	0
2019-04	60	0
2019-05	59	0
2019-06	59	1
2019-07	60	1
2019-08	57	1
2019-09	59	1
2019-10	64	0
2019-11	73	1
2019-12	67	1
2020-01	63	1
2020-02	66	1
2020-03	56	1
2020-04	59	1
2020-05	60	1
2020-06	60	1
2020-07	64	1
2020-08	59	1
2020-09	58	1
2020-10	63	1
2020-11	64	1
2020-12	65	1

11.RJ BT21(ต่อ)

month	mickey mouse	RJ BT21
2021-01	57	1
2021-02	54	1
2021-03	52	1
2021-04	54	1
2021-05	53	0
2021-06	51	1
2021-07	55	1
2021-08	53	1
2021-09	53	1
2021-10	63	1
2021-11	67	1
2021-12	69	1
2022-01	64	1
2022-02	55	0
2022-03	53	1
2022-04	59	1
2022-05	49	0
2022-06	51	0
2022-07	55	0
2022-08	53	0
2022-09	53	0
2022-10	55	0
2022-11	60	0
2022-12	58	0
2023-01	54	0
2023-02	63	0
2023-03	54	0
2023-04	50	0
2023-05	47	0
2023-06	47	0
2023-07	48	0
2023-08	47	0
2023-09	47	0
2023-10	53	0
2023-11	52	0
2023-12	57	0

12.Alberto Scorfano

month	mickey mouse	Alberto Scorfano
2018-01	76	0
2018-02	74	0
2018-03	70	0
2018-04	70	0
2018-05	69	0
2018-06	64	0
2018-07	64	0
2018-08	70	0
2018-09	71	0
2018-10	76	0
2018-11	100	0
2018-12	88	0
2019-01	74	0
2019-02	71	0
2019-03	68	0
2019-04	60	0
2019-05	59	0
2019-06	59	0
2019-07	60	0
2019-08	57	0
2019-09	59	0
2019-10	64	0
2019-11	73	0
2019-12	67	0
2020-01	63	0
2020-02	66	0
2020-03	56	0
2020-04	59	0
2020-05	60	0
2020-06	60	0
2020-07	64	0
2020-08	59	0
2020-09	58	0
2020-10	63	0
2020-11	64	0
2020-12	65	0

## 12. Alberto Scorfano(ต่อ)

month	mickey mouse	Alberto Scorfano
2021-01	57	0
2021-02	54	0
2021-03	52	0
2021-04	54	0
2021-05	53	0
2021-06	51	0
2021-07	55	1
2021-08	53	1
2021-09	53	0
2021-10	63	0
2021-11	67	0
2021-12	69	0
2022-01	61	0
2022-02	55	0
2022-03	53	0
2022-04	59	0
2022-05	49	0
2022-06	51	0
2022-07	55	0
2022-08	53	0
2022-09	53	0
2022-10	55	0
2022-11	60	0
2022-12	58	0
2023-01	54	0
2023-02	63	0
2023-03	54	0
2023-04	50	0
2023-05	47	0
2023-06	47	0
2023-07	48	0
2023-08	47	0
2023-09	47	0
2023-10	53	0
2023-11	52	0
2023-12	57	0

## 13.The Uncle Roger

month	mickey mouse	The Uncle Roger

2018-01	76	0
2018-02	74	0
2018-03	70	0
2018-04	70	0
2018-05	69	0
2018-06	64	0
2018-07	64	0
2018-08	70	0
2018-09	71	0
2018-10	76	0
2018-11	100	0
2018-12	88	0
2019-01	74	0
2019-02	71	0
2019-03	68	0
2019-04	60	0
2019-05	59	0
2019-06	59	0
2019-07	60	0
2019-08	57	0
2019-09	59	0
2019-10	64	0
2019-11	73	0
2019-12	67	0
2020-01	63	0
2020-02	66	0
2020-03	56	0
2020-04	59	0
2020-05	60	0
2020-06	60	0
2020-07	64	0
2020-08	59	0
2020-09	58	0
2020-10	63	0
2020-11	64	0
2020-12	65	0

### 13.The Uncle Roger (ตุ๊ก)

month	mickey mouse	The Uncle Roger
2021-01	57	0

2021-02	54	0
2021-03	52	0
2021-04	54	0
2021-05	53	0
2021-06	51	0
2021-07	55	0
2021-08	53	0
2021-09	53	0
2021-10	63	0
2021-11	67	0
2021-12	69	0
2022-01	61	0
2022-02	55	0
2022-03	53	0
2022-04	59	0
2022-05	49	0
2022-06	51	0
2022-07	55	0
2022-08	53	0
2022-09	53	0
2022-10	55	0
2022-11	60	0
2022-12	58	0
2023-01	54	0
2023-02	63	0
2023-03	54	0
2023-04	50	0
2023-05	47	0
2023-06	47	0
2023-07	48	0
2023-08	47	0
2023-09	47	0
2023-10	53	0
2023-11	52	0
2023-12	57	0

## 14.Aquaman

month	mickey mouse	Aquaman
2018-01	15	2

2018-02	14	2
2018-03	14	3
2018-04	13	2
2018-05	13	2
2018-06	12	3
2018-07	12	9
2018-08	13	5
2018-09	14	4
2018-10	15	7
2018-11	19	13
2018-12	17	100
2019-01	14	65
2019-02	14	29
2019-03	13	27
2019-04	12	20
2019-05	11	12
2019-06	11	8
2019-07	12	8
2019-08	11	10
2019-09	11	7
2019-10	12	7
2019-11	14	6
2019-12	13	6
2020-01	12	6
2020-02	13	7
2020-03	11	5
2020-04	11	6
2020-05	12	6
2020-06	11	6
2020-07	12	8
2020-08	11	7
2020-09	11	5
2020-10	12	4
2020-11	12	7
2020-12	12	5

## 14.Aquaman(ต่อ)

month	mickey mouse	Aquaman



2021-01	11	4
2021-02	10	5
2021-03	10	7
2021-04	10	6
2021-05	10	5
2021-06	10	4
2021-07	11	4
2021-08	10	5
2021-09	10	4
2021-10	12	4
2021-11	13	3
2021-12	13	4
2022-01	12	5
2022-02	11	4
2022-03	10	4
2022-04	11	8
2022-05	9	17
2022-06	10	10
2022-07	11	4
2022-08	10	4
2022-09	10	3
2022-10	11	3
2022-11	12	4
2022-12	11	4
2023-01	10	3
2023-02	12	4
2023-03	10	3
2023-04	10	4
2023-05	9	4
2023-06	9	4
2023-07	9	4
2023-08	9	3
2023-09	9	7
2023-10	10	4
2023-11	10	5
2023-12	11	33

## 15.Dugs Day

month	mickey mouse	Dugs Day
2018-01	76	0
2018-02	74	0

2018-03	70	0
2018-04	70	0
2018-05	69	0
2018-06	64	0
2018-07	64	0
2018-08	70	0
2018-09	71	0
2018-10	76	0
2018-11	100	0
2018-12	88	0
2019-01	74	0
2019-02	71	0
2019-03	68	0
2019-04	60	0
2019-05	59	0
2019-06	59	0
2019-07	60	0
2019-08	57	0
2019-09	59	0
2019-10	64	0
2019-11	73	0
2019-12	67	0
2020-01	63	0
2020-02	66	0
2020-03	56	0
2020-04	59	0
2020-05	60	0
2020-06	60	0
2020-07	64	0
2020-08	59	0
2020-09	58	0
2020-10	63	0
2020-11	64	0
2020-12	65	0

## 15.Dugs Day (ต่อ)

month	mickey mouse	Dugs Day
2021-01	57	0
2021-02	54	0

2021-03	52	0
2021-04	54	0
2021-05	53	0
2021-06	51	0
2021-07	55	0
2021-08	53	0
2021-09	53	0
2021-10	63	0
2021-11	67	0
2021-12	69	0
2022-01	61	0
2022-02	55	0
2022-03	53	0
2022-04	59	0
2022-05	49	0
2022-06	51	0
2022-07	55	0
2022-08	53	0
2022-09	53	0
2022-10	55	0
2022-11	60	0
2022-12	58	0
2023-01	54	0
2023-02	63	0
2023-03	54	0
2023-04	50	0
2023-05	47	0
2023-06	47	0
2023-07	48	0
2023-08	47	0
2023-09	47	0
2023-10	53	0
2023-11	52	0
2023-12	57	0

### 16.Remy Ratatouille

month	mickey mouse	Remy ratatouille
2018-01	76	0

2018-02	74	0
2018-03	70	0
2018-04	70	0
2018-05	69	0
2018-06	64	0
2018-07	64	0
2018-08	70	0
2018-09	71	0
2018-10	76	0
2018-11	100	0
2018-12	88	0
2019-01	74	0
2019-02	71	0
2019-03	68	0
2019-04	60	0
2019-05	59	0
2019-06	59	0
2019-07	60	0
2019-08	57	0
2019-09	59	0
2019-10	64	0
2019-11	73	0
2019-12	67	0
2020-01	63	0
2020-02	66	0
2020-03	56	0
2020-04	59	0
2020-05	60	0
2020-06	60	0
2020-07	64	0
2020-08	59	0
2020-09	58	0
2020-10	63	0
2020-11	64	0
2020-12	65	0

### 16.Remy Ratatouille (ต่อ)

month	mickey mouse	Remy ratatouille
2021-01	57	0
2021-02	54	0

2021-03	52	0
2021-04	54	0
2021-05	53	0
2021-06	51	0
2021-07	55	0
2021-08	53	0
2021-09	53	0
2021-10	63	0
2021-11	67	0
2021-12	69	0
2022-01	61	0
2022-02	55	0
2022-03	53	0
2022-04	59	0
2022-05	49	0
2022-06	51	0
2022-07	55	0
2022-08	53	0
2022-09	53	0
2022-10	55	0
2022-11	60	0
2022-12	58	0
2023-01	54	0
2023-02	63	0
2023-03	54	0
2023-04	50	0
2023-05	47	0
2023-06	47	0
2023-07	48	0
2023-08	47	0
2023-09	47	0
2023-10	53	0
2023-11	52	0
2023-12	57	0

## 17.Spider man

month	mickey mouse	Spider man
2018-01	7	5
2018-02	6	5
2018-03	6	5

2018-04	6	6
2018-05	6	8
2018-06	6	6
2018-07	6	6
2018-08	6	7
2018-09	6	18
2018-10	7	10
2018-11	9	8
2018-12	8	15
2019-01	6	13
2019-02	6	8
2019-03	6	9
2019-04	5	9
2019-05	5	13
2019-06	5	15
2019-07	5	31
2019-08	5	15
2019-09	5	12
2019-10	6	9
2019-11	6	7
2019-12	6	7
2020-01	6	6
2020-02	6	6
2020-03	5	7
2020-04	5	9
2020-05	5	8
2020-06	5	8
2020-07	6	7
2020-08	5	7
2020-09	5	7
2020-10	6	8
2020-11	6	11
2020-12	6	11

## 17.Spider man(ต่อ)

month	mickey mouse	Spider man
2021-01	5	8
2021-02	5	8

2021-03	5	8
2021-04	5	7
2021-05	5	7
2021-06	4	7
2021-07	5	9
2021-08	5	18
2021-09	5	14
2021-10	5	12
2021-11	6	25
2021-12	6	100
2022-01	5	47
2022-02	5	23
2022-03	5	22
2022-04	5	16
2022-05	4	12
2022-06	4	11
2022-07	5	12
2022-08	5	12
2022-09	5	9
2022-10	5	8
2022-11	5	8
2022-12	5	10
2023-01	5	8
2023-02	5	8
2023-03	5	7
2023-04	4	8
2023-05	4	12
2023-06	4	37
2023-07	4	18
2023-08	4	13
2023-09	4	10
2023-10	5	18
2023-11	5	14
2023-12	5	12

### 18.Snow White

month	mickey mouse	Snow White
2018-01	76	27
2018-02	74	26
2018-03	70	23

2018-04	70	21
2018-05	69	20
2018-06	64	21
2018-07	64	20
2018-08	70	21
2018-09	71	24
2018-10	76	28
2018-11	100	26
2018-12	88	28
2019-01	74	27
2019-02	71	24
2019-03	68	23
2019-04	60	21
2019-05	59	19
2019-06	59	21
2019-07	60	20
2019-08	57	21
2019-09	59	21
2019-10	64	27
2019-11	73	24
2019-12	67	30
2020-01	63	23
2020-02	66	21
2020-03	56	21
2020-04	59	25
2020-05	60	23
2020-06	60	21
2020-07	64	22
2020-08	59	21
2020-09	58	22
2020-10	63	25
2020-11	64	22
2020-12	65	26

## 18.Snow White(ต่อ)

month	mickey mouse	Snow White
2021-01	57	23
2021-02	54	23



2021-03	52	19
2021-04	54	19
2021-05	53	23
2021-06	51	20
2021-07	55	20
2021-08	53	19
2021-09	53	18
2021-10	63	22
2021-11	67	21
2021-12	69	24
2022-01	61	25
2022-02	55	23
2022-03	53	20
2022-04	59	19
2022-05	49	19
2022-06	51	18
2022-07	55	18
2022-08	53	20
2022-09	53	28
2022-10	55	25
2022-11	60	23
2022-12	58	24
2023-01	54	20
2023-02	63	20
2023-03	54	20
2023-04	50	19
2023-05	47	19
2023-06	47	21
2023-07	48	36
2023-08	47	46
2023-09	47	35
2023-10	53	40
2023-11	52	30
2023-12	57	30

## 19.Snoopy

month	mickey mouse	Snoopy
2018-01	76	24
2018-02	74	27
2018-03	70	26

2018-04	70	23
2018-05	69	22
2018-06	64	23
2018-07	64	21
2018-08	70	22
2018-09	71	22
2018-10	76	23
2018-11	100	26
2018-12	88	31
2019-01	74	21
2019-02	71	23
2019-03	68	22
2019-04	60	21
2019-05	59	20
2019-06	59	21
2019-07	60	22
2019-08	57	22
2019-09	59	23
2019-10	64	24
2019-11	73	28
2019-12	67	32
2020-01	63	22
2020-02	66	23
2020-03	56	20
2020-04	59	22
2020-05	60	22
2020-06	60	22
2020-07	64	22
2020-08	59	22
2020-09	58	22
2020-10	63	28
2020-11	64	28
2020-12	65	32

## 19.Snoopy(ตุ๊ก)

month	mickey mouse	Snoopy
2021-01	57	23
2021-02	54	24
2021-03	52	21

2021-04	54	21
2021-05	53	21
2021-06	51	19
2021-07	55	22
2021-08	53	22
2021-09	53	21
2021-10	63	24
2021-11	67	28
2021-12	69	32
2022-01	61	23
2022-02	55	22
2022-03	53	21
2022-04	59	22
2022-05	49	21
2022-06	51	21
2022-07	55	22
2022-08	53	23
2022-09	53	22
2022-10	55	24
2022-11	60	29
2022-12	58	34
2023-01	54	24
2023-02	63	25
2023-03	54	21
2023-04	50	27
2023-05	47	22
2023-06	47	23
2023-07	48	24
2023-08	47	26
2023-09	47	27
2023-10	53	29
2023-11	52	36
2023-12	57	44

## 20.Star-Lord

month	mickey mouse	Star-Lord
2018-01	76	0
2018-02	74	0
2018-03	70	0

2018-04	70	0
2018-05	69	0
2018-06	64	0
2018-07	64	0
2018-08	70	0
2018-09	71	0
2018-10	76	0
2018-11	100	0
2018-12	88	0
2019-01	74	0
2019-02	71	0
2019-03	68	0
2019-04	60	0
2019-05	59	0
2019-06	59	0
2019-07	60	0
2019-08	57	0
2019-09	59	0
2019-10	64	0
2019-11	73	0
2019-12	67	0
2020-01	63	0
2020-02	66	0
2020-03	56	0
2020-04	59	0
2020-05	60	0
2020-06	60	0
2020-07	64	0
2020-08	59	0
2020-09	58	0
2020-10	63	0
2020-11	64	0
2020-12	65	0

## 20.Star-Lord(ต่อ)

month	mickey mouse	Star-Lord
2021-01	57	0
2021-02	54	0

2021-03	52	0
2021-04	54	0
2021-05	53	0
2021-06	51	0
2021-07	55	0
2021-08	53	0
2021-09	53	0
2021-10	63	0
2021-11	67	0
2021-12	69	0
2022-01	61	0
2022-02	55	0
2022-03	53	0
2022-04	59	0
2022-05	49	0
2022-06	51	0
2022-07	55	0
2022-08	53	0
2022-09	53	0
2022-10	55	0
2022-11	60	0
2022-12	58	0
2023-01	54	0
2023-02	63	0
2023-03	54	0
2023-04	50	0
2023-05	47	0
2023-06	47	0
2023-07	48	0
2023-08	47	0
2023-09	47	0
2023-10	53	0
2023-11	52	0
2023-12	57	0

## 21.Wednesday Addams

month	mickey mouse	Wednesday addams
2018-01	60	1
2018-02	59	1
2018-03	56	1

2018-04	55	1
2018-05	55	1
2018-06	51	1
2018-07	51	1
2018-08	55	1
2018-09	56	2
2018-10	60	9
2018-11	79	2
2018-12	69	1
2019-01	58	1
2019-02	56	1
2019-03	53	1
2019-04	47	1
2019-05	46	1
2019-06	46	1
2019-07	47	1
2019-08	45	1
2019-09	47	2
2019-10	51	12
2019-11	58	2
2019-12	53	1
2020-01	50	1
2020-02	52	1
2020-03	44	1
2020-04	46	1
2020-05	48	1
2020-06	47	1
2020-07	51	1
2020-08	47	1
2020-09	46	2
2020-10	50	7
2020-11	51	2
2020-12	51	1

## 21.Wednesday Addams(ต่อ)

month	mickey mouse	Wednesday addams
2021-01	45	1
2021-02	43	1
2021-03	41	1
2021-04	43	1

2021-05	42	1
2021-06	41	1
2021-07	43	1
2021-08	42	2
2021-09	42	2
2021-10	50	10
2021-11	53	2
2021-12	54	1
2022-01	49	1
2022-02	44	1
2022-03	42	1
2022-04	46	1
2022-05	39	1
2022-06	40	2
2022-07	44	1
2022-08	42	9
2022-09	42	6
2022-10	43	15
2022-11	47	45
2022-12	46	100
2023-01	43	38
2023-02	50	20
2023-03	42	13
2023-04	39	9
2023-05	37	7
2023-06	37	6
2023-07	38	5
2023-08	37	6
2023-09	37	7
2023-10	42	22
2023-11	41	6
2023-12	45	4

## 22. Woody toy story

month	mickey mouse	Woody toy story
2018-01	76	2
2018-02	74	2
2018-03	70	2

2018-04	70	2
2018-05	69	2
2018-06	64	2
2018-07	64	2
2018-08	70	2
2018-09	71	2
2018-10	76	3
2018-11	100	3
2018-12	88	2
2019-01	74	2
2019-02	71	2
2019-03	68	2
2019-04	60	2
2019-05	59	3
2019-06	59	15
2019-07	60	8
2019-08	57	4
2019-09	59	3
2019-10	64	5
2019-11	73	4
2019-12	67	3
2020-01	63	3
2020-02	66	3
2020-03	56	3
2020-04	59	3
2020-05	60	3
2020-06	60	3
2020-07	64	3
2020-08	59	3
2020-09	58	3
2020-10	63	3
2020-11	64	2
2020-12	65	3

## 22. Woody toy story(ต่อ)

month	mickey mouse	Woody toy story
2021-01	57	2
2021-02	54	2
2021-03	52	2
2021-04	54	2
2021-05	53	2



2021-06	51	2
2021-07	55	2
2021-08	53	2
2021-09	53	2
2021-10	63	4
2021-11	67	2
2021-12	69	2
2022-01	61	2
2022-02	55	2
2022-03	53	2
2022-04	59	2
2022-05	49	2
2022-06	51	3
2022-07	55	3
2022-08	53	3
2022-09	53	3
2022-10	55	4
2022-11	60	3
2022-12	58	2
2023-01	54	2
2023-02	63	3
2023-03	54	2
2023-04	50	2
2023-05	47	2
2023-06	47	2
2023-07	48	2
2023-08	47	2
2023-09	47	2
2023-10	53	4
2023-11	52	3
2023-12	57	2

### 23.Lightning McQueen

month	mickey mouse	Lightning McQueen
2018-01	76	5
2018-02	74	7
2018-03	70	6
2018-04	70	5
2018-05	69	5

2018-06	64	5
2018-07	64	5
2018-08	70	5
2018-09	71	5
2018-10	76	6
2018-11	100	6
2018-12	88	6
2019-01	74	5
2019-02	71	4
2019-03	68	5
2019-04	60	5
2019-05	59	5
2019-06	59	4
2019-07	60	4
2019-08	57	4
2019-09	59	5
2019-10	64	5
2019-11	73	5
2019-12	67	6
2020-01	63	5
2020-02	66	5
2020-03	56	5
2020-04	59	6
2020-05	60	6
2020-06	60	6
2020-07	64	6
2020-08	59	6
2020-09	58	5
2020-10	63	5
2020-11	64	6
2020-12	65	6

### 23.Lightning McQueen(ต่อ)

month	mickey mouse	Lightning McQueen
2021-01	57	6
2021-02	54	5
2021-03	52	5
2021-04	54	7
2021-05	53	7

2021-06	51	7
2021-07	55	8
2021-08	53	7
2021-09	53	6
2021-10	63	6
2021-11	67	7
2021-12	69	6
2022-01	61	6
2022-02	55	6
2022-03	53	6
2022-04	59	6
2022-05	49	6
2022-06	51	6
2022-07	55	6
2022-08	53	8
2022-09	53	13
2022-10	55	10
2022-11	60	8
2022-12	58	8
2023-01	54	8
2023-02	63	8
2023-03	54	8
2023-04	50	8
2023-05	47	8
2023-06	47	8
2023-07	48	8
2023-08	47	12
2023-09	47	13
2023-10	53	13
2023-11	52	12
2023-12	57	11

## 24.Loki

month	mickey mouse	Loki
2018-01	19	5
2018-02	19	6
2018-03	18	6
2018-04	18	9
2018-05	18	12

2018-06	16	8
2018-07	16	7
2018-08	18	7
2018-09	18	8
2018-10	20	7
2018-11	26	6
2018-12	22	6
2019-01	19	5
2019-02	18	5
2019-03	17	6
2019-04	15	8
2019-05	15	10
2019-06	15	6
2019-07	15	7
2019-08	15	6
2019-09	15	5
2019-10	16	4
2019-11	19	5
2019-12	17	5
2020-01	16	5
2020-02	17	6
2020-03	14	5
2020-04	15	6
2020-05	15	6
2020-06	15	5
2020-07	16	5
2020-08	15	5
2020-09	15	5
2020-10	16	5
2020-11	16	5
2020-12	17	8

## 24.Loki (ต่อ)

month	mickey mouse	Loki
2021-01	15	8
2021-02	14	10
2021-03	13	10
2021-04	14	13
2021-05	14	13

2021-06	13	89
2021-07	14	100
2021-08	14	23
2021-09	14	14
2021-10	16	12
2021-11	17	10
2021-12	18	12
2022-01	16	13
2022-02	14	10
2022-03	13	9
2022-04	15	10
2022-05	12	12
2022-06	13	10
2022-07	14	12
2022-08	13	9
2022-09	14	8
2022-10	14	7
2022-11	15	9
2022-12	15	8
2023-01	14	7
2023-02	16	10
2023-03	14	7
2023-04	13	7
2023-05	12	8
2023-06	12	7
2023-07	12	8
2023-08	12	10
2023-09	12	10
2023-10	14	46
2023-11	13	49
2023-12	14	13

## 25.Lady (Lady and Tramp)

month	mickey mouse	Lady Lady and Tramp
2018-01	76	3
2018-02	74	3
2018-03	70	3
2018-04	70	3
2018-05	69	2
2018-06	64	3

2018-07	64	3
2018-08	70	3
2018-09	71	3
2018-10	76	3
2018-11	100	3
2018-12	88	2
2019-01	74	2
2019-02	71	3
2019-03	68	3
2019-04	60	3
2019-05	59	3
2019-06	59	3
2019-07	60	3
2019-08	57	10
2019-09	59	4
2019-10	64	5
2019-11	73	30
2019-12	67	11
2020-01	63	8
2020-02	66	6
2020-03	56	8
2020-04	59	9
2020-05	60	5
2020-06	60	4
2020-07	64	4
2020-08	59	4
2020-09	58	4
2020-10	63	3
2020-11	64	4
2020-12	65	4

## 25.Lady (Lady and Tramp) (ต่อ)

month	mickey mouse	Lady Lady and Tramp
2021-01	57	4
2021-02	54	4
2021-03	52	3
2021-04	54	3
2021-05	53	3
2021-06	51	3

2021-07	55	3
2021-08	53	3
2021-09	53	3
2021-10	63	3
2021-11	67	3
2021-12	69	3
2022-01	61	3
2022-02	55	3
2022-03	53	2
2022-04	59	3
2022-05	49	2
2022-06	51	3
2022-07	55	3
2022-08	53	3
2022-09	53	3
2022-10	55	3
2022-11	60	2
2022-12	58	2
2023-01	54	3
2023-02	63	3
2023-03	54	2
2023-04	50	3
2023-05	47	2
2023-06	47	2
2023-07	48	2
2023-08	47	2
2023-09	47	2
2023-10	53	2
2023-11	52	2
2023-12	57	3

## 26. Tramp (Lady and Tramp)

month	mickey mouse	Tramp Lady and Tramp
2018-01	76	3
2018-02	74	4
2018-03	70	3
2018-04	70	3
2018-05	69	2

2018-06	64	2
2018-07	64	2
2018-08	70	3
2018-09	71	2
2018-10	76	2
2018-11	100	3
2018-12	88	3
2019-01	74	2
2019-02	71	3
2019-03	68	3
2019-04	60	3
2019-05	59	3
2019-06	59	2
2019-07	60	3
2019-08	57	10
2019-09	59	4
2019-10	64	5
2019-11	73	29
2019-12	67	11
2020-01	63	8
2020-02	66	6
2020-03	56	8
2020-04	59	9
2020-05	60	6
2020-06	60	4
2020-07	64	4
2020-08	59	4
2020-09	58	4
2020-10	63	3
2020-11	64	4
2020-12	65	4

## 26. Tramp (Lady and Tramp) (ต่อ)

month	mickey mouse	Tramp Lady and Tramp
2021-01	57	4
2021-02	54	4
2021-03	52	3
2021-04	54	3
2021-05	53	3
2021-06	51	3



2021-07	55	3
2021-08	53	3
2021-09	53	3
2021-10	63	3
2021-11	67	3
2021-12	69	3
2022-01	61	3
2022-02	55	3
2022-03	53	2
2022-04	59	3
2022-05	49	2
2022-06	51	3
2022-07	55	3
2022-08	53	3
2022-09	53	3
2022-10	55	2
2022-11	60	2
2022-12	58	2
2023-01	54	3
2023-02	63	3
2023-03	54	2
2023-04	50	3
2023-05	47	2
2023-06	47	2
2023-07	48	2
2023-08	47	3
2023-09	47	2
2023-10	53	2
2023-11	52	2
2023-12	57	3

## 27.Legoshi

month	mickey mouse	Legoshi
2018-01	76	0
2018-02	74	0
2018-03	70	0
2018-04	70	0
2018-05	69	0
2018-06	64	0
2018-07	64	0

2018-08	70	0
2018-09	71	0
2018-10	76	0
2018-11	100	0
2018-12	88	0
2019-01	74	0
2019-02	71	0
2019-03	68	0
2019-04	60	0
2019-05	59	0
2019-06	59	0
2019-07	60	0
2019-08	57	0
2019-09	59	0
2019-10	64	0
2019-11	73	0
2019-12	67	0
2020-01	63	0
2020-02	66	0
2020-03	56	1
2020-04	59	2
2020-05	60	1
2020-06	60	1
2020-07	64	1
2020-08	59	1
2020-09	58	1
2020-10	63	1
2020-11	64	1
2020-12	65	1

## 27. Legoshi(ต่อ)

month	mickey mouse	Legoshi
2021-01	57	1
2021-02	54	1
2021-03	52	1
2021-04	54	2
2021-05	53	1
2021-06	51	1

2021-07	55	3
2021-08	53	2
2021-09	53	1
2021-10	65	1
2021-11	67	1
2021-12	69	1
2022-01	61	1
2022-02	55	1
2022-03	53	1
2022-04	59	1
2022-05	49	1
2022-06	51	1
2022-07	55	1
2022-08	53	1
2022-09	53	1
2022-10	55	1
2022-11	60	1
2022-12	58	1
2023-01	54	1
2023-02	63	1
2023-03	54	1
2023-04	50	1
2023-05	47	1
2023-06	47	1
2023-07	48	1
2023-08	47	1
2023-09	47	1
2023-10	53	1
2023-11	52	1
2023-12	57	1

## 28. Lucas the spider

month	mickey mouse	Lucas the spider
2018-01	76	2
2018-02	74	3
2018-03	70	3
2018-04	70	3
2018-05	69	2
2018-06	64	2
2018-07	64	1
2018-08	70	1

2018-09	71	1
2018-10	76	1
2018-11	100	1
2018-12	88	1
2019-01	74	1
2019-02	71	1
2019-03	68	1
2019-04	60	1
2019-05	59	1
2019-06	59	0
2019-07	60	1
2019-08	57	1
2019-09	59	1
2019-10	64	1
2019-11	73	1
2019-12	67	0
2020-01	63	0
2020-02	66	0
2020-03	56	0
2020-04	59	0
2020-05	60	1
2020-06	60	0
2020-07	64	0
2020-08	59	1
2020-09	58	1
2020-10	63	0
2020-11	64	0
2020-12	65	0

## 28. Lucas the spider(ต่อ)

month	mickey mouse	Lucas the spider
2021-01	57	0
2021-02	54	0
2021-03	52	0
2021-04	54	0
2021-05	53	0
2021-06	51	0
2021-07	55	0
2021-08	53	0

2021-09	53	0
2021-10	63	0
2021-11	67	0
2021-12	69	0
2022-01	61	0
2022-02	55	0
2022-03	53	0
2022-04	59	0
2022-05	49	0
2022-06	51	0
2022-07	55	0
2022-08	53	0
2022-09	53	0
2022-10	55	0
2022-11	60	0
2022-12	58	0
2023-01	54	0
2023-02	63	0
2023-03	54	0
2023-04	50	0
2023-05	47	0
2023-06	47	0
2023-07	48	0
2023-08	47	0
2023-09	47	0
2023-10	53	0
2023-11	52	1
2023-12	57	1

## 29.Luca

month	mickey mouse	Luca
2018-01	37	0
2018-02	36	0
2018-03	34	0
2018-04	34	0
2018-05	34	0
2018-06	31	0
2018-07	31	0

2018-08	34	0
2018-09	34	0
2018-10	37	0
2018-11	49	0
2018-12	43	0
2019-01	36	0
2019-02	34	0
2019-03	33	0
2019-04	29	0
2019-05	29	0
2019-06	28	0
2019-07	29	0
2019-08	28	0
2019-09	29	0
2019-10	31	0
2019-11	35	0
2019-12	33	0
2020-01	31	0
2020-02	32	0
2020-03	27	0
2020-04	29	0
2020-05	29	0
2020-06	29	0
2020-07	31	0
2020-08	29	0
2020-09	28	0
2020-10	31	0
2020-11	31	0
2020-12	31	0

## 29.Luca(ต่อ)

month	mickey mouse	Luca
2021-01	28	0
2021-02	26	2
2021-03	25	2
2021-04	26	2
2021-05	26	5
2021-06	25	100
2021-07	26	99
2021-08	26	49
2021-09	26	26

2021-10	31	18
2021-11	33	15
2021-12	33	14
2022-01	30	15
2022-02	27	13
2022-03	26	12
2022-04	28	10
2022-05	24	10
2022-06	25	10
2022-07	27	10
2022-08	26	8
2022-09	26	7
2022-10	27	6
2022-11	29	5
2022-12	28	5
2023-01	26	6
2023-02	31	6
2023-03	26	4
2023-04	24	4
2023-05	23	4
2023-06	23	4
2023-07	23	4
2023-08	23	4
2023-09	23	3
2023-10	26	3
2023-11	25	3
2023-12	27	3

### 30.Lisa the Simpson

month	mickey mouse	Lisa the simpson
2018-01	76	0
2018-02	74	0
2018-03	70	0
2018-04	70	0
2018-05	69	0
2018-06	64	0
2018-07	64	0
2018-08	70	0
2018-09	71	0

2018-10	76	0
2018-11	100	0
2018-12	88	0
2019-01	74	0
2019-02	71	0
2019-03	68	0
2019-04	60	0
2019-05	59	0
2019-06	59	0
2019-07	60	0
2019-08	57	0
2019-09	59	0
2019-10	64	0
2019-11	73	0
2019-12	67	0
2020-01	63	0
2020-02	66	0
2020-03	56	0
2020-04	59	0
2020-05	60	0
2020-06	60	0
2020-07	64	0
2020-08	59	0
2020-09	58	0
2020-10	63	0
2020-11	64	0
2020-12	65	0

### 30.Lisa the Simpson(ต่อ)

month	mickey mouse	Lisa the simpson
2021-01	57	0
2021-02	54	0
2021-03	52	0
2021-04	54	0
2021-05	53	0
2021-06	51	0
2021-07	55	0
2021-08	53	0



2021-09	53	0
2021-10	63	0
2021-11	67	0
2021-12	69	0
2022-01	61	0
2022-02	55	0
2022-03	53	0
2022-04	59	0
2022-05	49	0
2022-06	51	0
2022-07	55	0
2022-08	53	0
2022-09	53	0
2022-10	55	0
2022-11	60	0
2022-12	58	0
2023-01	54	0
2023-02	63	0
2023-03	54	0
2023-04	50	0
2023-05	47	0
2023-06	47	0
2023-07	48	0
2023-08	47	0
2023-09	47	0
2023-10	53	0
2023-11	52	0
2023-12	57	0

## 31. Donkey Shrek

month	mickey mouse	Donkey Shrek
2018-01	76	1
2018-02	74	1
2018-03	70	1
2018-04	70	1
2018-05	69	2
2018-06	64	2
2018-07	64	1
2018-08	70	1
2018-09	71	2

2018-10	76	2
2018-11	100	2
2018-12	88	2
2019-01	74	2
2019-02	71	2
2019-03	68	2
2019-04	60	2
2019-05	59	2
2019-06	59	2
2019-07	60	1
2019-08	57	1
2019-09	59	2
2019-10	64	2
2019-11	73	2
2019-12	67	2
2020-01	63	2
2020-02	66	2
2020-03	56	2
2020-04	59	2
2020-05	60	2
2020-06	60	2
2020-07	64	1
2020-08	59	1
2020-09	58	2
2020-10	63	1
2020-11	64	1
2020-12	65	1

## 31. Donkey Shrek (ต่อ)

month	mickey mouse	Donkey Shrek
2021-01	57	1
2021-02	54	1
2021-03	52	1
2021-04	54	2
2021-05	53	2
2021-06	51	1
2021-07	55	2
2021-08	53	1

2021-09	53	1
2021-10	63	2
2021-11	67	1
2021-12	69	2
2022-01	61	1
2022-02	55	1
2022-03	53	3
2022-04	59	3
2022-05	49	2
2022-06	51	2
2022-07	55	2
2022-08	53	2
2022-09	53	2
2022-10	55	2
2022-11	60	2
2022-12	58	2
2023-01	54	2
2023-02	63	2
2023-03	54	2
2023-04	50	2
2023-05	47	2
2023-06	47	2
2023-07	48	2
2023-08	47	2
2023-09	47	2
2023-10	53	2
2023-11	52	2
2023-12	57	2

### 32.Rocket Raccoon

month	mickey mouse	Rocket raccoon
2018-01	76	1
2018-02	74	1
2018-03	70	1
2018-04	70	2
2018-05	69	3
2018-06	64	1
2018-07	64	1
2018-08	70	1
2018-09	71	1
2018-10	76	1

2018-11	100	1
2018-12	88	1
2019-01	74	1
2019-02	71	1
2019-03	68	1
2019-04	60	3
2019-05	59	3
2019-06	59	1
2019-07	60	1
2019-08	57	1
2019-09	59	1
2019-10	64	1
2019-11	73	1
2019-12	67	1
2020-01	63	1
2020-02	66	1
2020-03	56	1
2020-04	59	1
2020-05	60	1
2020-06	60	1
2020-07	64	1
2020-08	59	1
2020-09	58	1
2020-10	63	1
2020-11	64	1
2020-12	65	1

### 32.Rocket Raccoon(ตุ๊ก)

month	mickey mouse	Rocket racoon
2021-01	57	1
2021-02	54	1
2021-03	52	1
2021-04	54	1
2021-05	53	1
2021-06	51	1
2021-07	55	1
2021-08	53	1
2021-09	53	1
2021-10	63	1
2021-11	67	1

2021-12	69	1
2022-01	61	1
2022-02	55	1
2022-03	53	1
2022-04	59	1
2022-05	49	1
2022-06	51	1
2022-07	55	1
2022-08	53	1
2022-09	53	1
2022-10	55	1
2022-11	60	1
2022-12	58	1
2023-01	54	1
2023-02	63	1
2023-03	54	0
2023-04	50	1
2023-05	47	6
2023-06	47	2
2023-07	48	1
2023-08	47	2
2023-09	47	1
2023-10	53	1
2023-11	52	1
2023-12	57	1

### 33.Raya the last dragon

month	mickey mouse	Raya last dragon
2018-01	76	0
2018-02	74	0
2018-03	70	0
2018-04	70	0
2018-05	69	0
2018-06	64	0
2018-07	64	0
2018-08	70	0
2018-09	71	0
2018-10	76	0

2018-11	100	0
2018-12	88	0
2019-01	74	0
2019-02	71	0
2019-03	68	0
2019-04	60	0
2019-05	59	0
2019-06	59	0
2019-07	60	0
2019-08	57	1
2019-09	59	0
2019-10	64	0
2019-11	73	0
2019-12	67	0
2020-01	63	0
2020-02	66	0
2020-03	56	0
2020-04	59	1
2020-05	60	1
2020-06	60	0
2020-07	64	1
2020-08	59	1
2020-09	58	1
2020-10	63	4
2020-11	64	1
2020-12	65	1

### 33.Raya the last dragon (ต๋อ)

month	mickey mouse	Raya last dragon
2021-01	57	4
2021-02	54	11
2021-03	52	83
2021-04	54	30
2021-05	53	24
2021-06	51	47
2021-07	55	20
2021-08	53	10
2021-09	53	7

2021-10	63	6
2021-11	67	5
2021-12	69	6
2022-01	61	7
2022-02	55	6
2022-03	53	5
2022-04	59	4
2022-05	49	3
2022-06	51	3
2022-07	55	3
2022-08	53	3
2022-09	53	2
2022-10	55	2
2022-11	60	2
2022-12	58	3
2023-01	54	2
2023-02	63	2
2023-03	54	2
2023-04	50	2
2023-05	47	2
2023-06	47	2
2023-07	48	2
2023-08	47	2
2023-09	47	2
2023-10	53	2
2023-11	52	2
2023-12	57	2

## 34.Rapunzel

month	mickey mouse	Rapunzel
2018-01	40	22
2018-02	39	14
2018-03	37	16
2018-04	36	15
2018-05	36	13
2018-06	34	15
2018-07	34	17
2018-08	37	16
2018-09	37	15
2018-10	40	14

2018-11	52	16
2018-12	46	17
2019-01	39	18
2019-02	37	18
2019-03	35	17
2019-04	31	17
2019-05	31	14
2019-06	31	16
2019-07	31	16
2019-08	30	17
2019-09	31	16
2019-10	34	16
2019-11	38	19
2019-12	35	19
2020-01	33	18
2020-02	35	19
2020-03	29	100
2020-04	31	30
2020-05	32	35
2020-06	31	19
2020-07	34	20
2020-08	31	19
2020-09	30	17
2020-10	33	16
2020-11	34	17
2020-12	34	51

## 34.Rapunzel(ต่อ)

month	mickey mouse	Rapunzel
2021-01	30	30
2021-02	28	17
2021-03	27	15
2021-04	28	16
2021-05	28	16
2021-06	27	15
2021-07	29	15
2021-08	28	15
2021-09	28	15
2021-10	33	14



2021-11	35	12
2021-12	36	14
2022-01	32	17
2022-02	29	14
2022-03	28	17
2022-04	31	15
2022-05	26	14
2022-06	27	14
2022-07	29	15
2022-08	28	16
2022-09	28	15
2022-10	29	16
2022-11	31	15
2022-12	30	16
2023-01	28	15
2023-02	33	16
2023-03	28	14
2023-04	26	15
2023-05	24	15
2023-06	25	16
2023-07	25	14
2023-08	25	18
2023-09	24	15
2023-10	28	14
2023-11	27	14
2023-12	30	14

### 35. Red Queen

month	mickey mouse	Red Queen
2018-01	76	0
2018-02	74	0
2018-03	70	0
2018-04	70	0
2018-05	69	0
2018-06	64	0
2018-07	64	0
2018-08	70	0
2018-09	71	0

2018-10	76	0
2018-11	100	0
2018-12	88	0
2019-01	74	0
2019-02	71	0
2019-03	68	0
2019-04	60	0
2019-05	59	0
2019-06	59	0
2019-07	60	0
2019-08	57	0
2019-09	59	0
2019-10	64	0
2019-11	73	0
2019-12	67	0
2020-01	63	0
2020-02	66	0
2020-03	56	0
2020-04	59	0
2020-05	60	0
2020-06	60	0
2020-07	64	0
2020-08	59	0
2020-09	58	0
2020-10	63	0
2020-11	64	0
2020-12	65	0

## 35. Red Queen(ຕໍ່)

month	mickey mouse	Red Queen
2021-01	57	0
2021-02	54	0
2021-03	52	0
2021-04	54	0
2021-05	53	0
2021-06	51	0
2021-07	55	0

2021-08	53	0
2021-09	53	0
2021-10	63	0
2021-11	67	0
2021-12	69	0
2022-01	61	0
2022-02	55	0
2022-03	53	0
2022-04	59	0
2022-05	49	0
2022-06	51	0
2022-07	55	0
2022-08	53	0
2022-09	53	0
2022-10	55	0
2022-11	60	0
2022-12	58	0
2023-01	54	0
2023-02	63	0
2023-03	54	0
2023-04	50	0
2023-05	47	0
2023-06	47	0
2023-07	48	0
2023-08	47	0
2023-09	47	0
2023-10	53	0
2023-11	52	0
2023-12	57	0

## 36. Russell up

month	mickey mouse	Russell up
2018-01	76	1
2018-02	74	1
2018-03	70	1
2018-04	70	1
2018-05	69	1
2018-06	64	1
2018-07	64	1
2018-08	70	1
2018-09	71	1

2018-10	76	2
2018-11	100	1
2018-12	88	1
2019-01	74	1
2019-02	71	1
2019-03	68	1
2019-04	60	1
2019-05	59	1
2019-06	59	1
2019-07	60	1
2019-08	57	1
2019-09	59	1
2019-10	64	2
2019-11	73	1
2019-12	67	1
2020-01	63	1
2020-02	66	1
2020-03	56	1
2020-04	59	1
2020-05	60	1
2020-06	60	1
2020-07	64	1
2020-08	59	1
2020-09	58	1
2020-10	63	1
2020-11	64	1
2020-12	65	1

## 36. Russell up(ต่อ)

month	mickey mouse	Russell up
2021-01	57	1
2021-02	54	1
2021-03	52	1
2021-04	54	1
2021-05	53	1
2021-06	51	1
2021-07	55	1
2021-08	53	1
2021-09	53	1
2021-10	63	1

2021-11	67	1
2021-12	69	1
2022-01	61	1
2022-02	55	1
2022-03	53	1
2022-04	59	1
2022-05	49	1
2022-06	51	1
2022-07	55	1
2022-08	53	1
2022-09	53	1
2022-10	55	2
2022-11	60	1
2022-12	58	1
2023-01	54	1
2023-02	63	1
2023-03	54	1
2023-04	50	1
2023-05	47	1
2023-06	47	1
2023-07	48	1
2023-08	47	1
2023-09	47	2
2023-10	53	3
2023-11	52	1
2023-12	57	1

## 37. Mike Wazowski

month	mickey mouse	Mike Wazowski
2018-01	76	3
2018-02	77	3
2018-03	75	3
2018-04	71	3
2018-05	70	3
2018-06	66	3
2018-07	67	3
2018-08	68	3
2018-09	71	4
2018-10	78	7

2018-11	100	4
2018-12	85	3
2019-01	73	3
2019-02	71	4
2019-03	67	3
2019-04	63	3
2019-05	59	3
2019-06	61	3
2019-07	62	3
2019-08	59	4
2019-09	61	6
2019-10	65	10
2019-11	72	8
2019-12	68	7
2020-01	66	7
2020-02	67	8
2020-03	59	8
2020-04	62	8
2020-05	63	8
2020-06	62	7
2020-07	66	7
2020-08	61	11
2020-09	58	9
2020-10	64	9
2020-11	65	6
2020-12	64	6

## 37. Mike Wazowski(ต่อ)

month	mickey mouse	Mike Wazowski
2021-01	58	5
2021-02	56	5
2021-03	56	5
2021-04	55	6
2021-05	54	6
2021-06	52	5
2021-07	56	5
2021-08	53	5
2021-09	55	5

2021-10	62	8
2021-11	70	5
2021-12	68	4
2022-01	61	5
2022-02	57	5
2022-03	54	5
2022-04	53	6
2022-05	55	6
2022-06	52	5
2022-07	55	6
2022-08	52	6
2022-09	54	6
2022-10	54	8
2022-11	59	5
2022-12	60	5
2023-01	51	5
2023-02	64	5
2023-03	54	5
2023-04	53	5
2023-05	47	5
2023-06	49	5
2023-07	46	4
2023-08	47	5
2023-09	47	5
2023-10	54	8
2023-11	54	5
2023-12	57	5

### 38.Puss in Boots

month	mickey mouse	Puss in Boots
2018-01	51	2
2018-02	50	3
2018-03	47	2
2018-04	47	2
2018-05	46	2
2018-06	43	2
2018-07	43	2
2018-08	47	2
2018-09	48	2
2018-10	51	2

2018-11	67	2
2018-12	59	2
2019-01	50	2
2019-02	48	2
2019-03	45	2
2019-04	40	1
2019-05	40	2
2019-06	39	2
2019-07	40	2
2019-08	38	1
2019-09	40	1
2019-10	43	1
2019-11	49	1
2019-12	45	2
2020-01	43	1
2020-02	44	1
2020-03	38	2
2020-04	40	2
2020-05	40	2
2020-06	40	2
2020-07	43	2
2020-08	40	2
2020-09	39	2
2020-10	43	2
2020-11	43	1
2020-12	43	2

## 38.Puss in Boots(ตุ๊กตา)

month	mickey mouse	Puss in Boots
2021-01	38	2
2021-02	36	1
2021-03	35	1
2021-04	36	2
2021-05	36	1
2021-06	35	1
2021-07	37	1
2021-08	36	1
2021-09	36	1
2021-10	42	2



2021-11	45	1
2021-12	46	1
2022-01	41	2
2022-02	37	1
2022-03	35	4
2022-04	39	3
2022-05	33	2
2022-06	34	2
2022-07	37	2
2022-08	35	2
2022-09	36	2
2022-10	37	2
2022-11	40	5
2022-12	39	26
2023-01	36	100
2023-02	42	54
2023-03	36	29
2023-04	34	18
2023-05	31	9
2023-06	32	8
2023-07	32	12
2023-08	32	9
2023-09	31	6
2023-10	36	6
2023-11	35	5
2023-12	38	5

### 39.Mr. Peanutbutter

month	mickey mouse	Mr. Peanutbutter
2018-01	76	0
2018-02	77	0
2018-03	75	0
2018-04	71	0
2018-05	70	0
2018-06	66	0
2018-07	67	0
2018-08	68	0
2018-09	71	0
2018-10	78	0

2018-11	100	0
2018-12	85	0
2019-01	73	0
2019-02	71	0
2019-03	67	0
2019-04	63	0
2019-05	59	0
2019-06	61	0
2019-07	62	0
2019-08	59	0
2019-09	61	0
2019-10	65	0
2019-11	72	0
2019-12	68	0
2020-01	66	0
2020-02	67	0
2020-03	59	0
2020-04	62	0
2020-05	63	0
2020-06	62	0
2020-07	66	0
2020-08	61	0
2020-09	58	0
2020-10	64	0
2020-11	65	0
2020-12	64	0

## 39.Mr. Peanutbutter(ต่อ)

month	mickey mouse	Mr. Peanutbutter
2021-01	58	0
2021-02	56	0
2021-03	56	0
2021-04	55	0
2021-05	54	0
2021-06	52	0
2021-07	56	0
2021-08	53	0
2021-09	55	0

2021-10	62	0
2021-11	70	0
2021-12	68	0
2022-01	61	0
2022-02	57	0
2022-03	54	0
2022-04	53	0
2022-05	55	0
2022-06	52	0
2022-07	55	0
2022-08	52	0
2022-09	54	0
2022-10	54	0
2022-11	59	0
2022-12	60	0
2023-01	51	0
2023-02	64	0
2023-03	54	0
2023-04	53	0
2023-05	47	0
2023-06	49	0
2023-07	46	0
2023-08	47	0
2023-09	47	0
2023-10	54	0
2023-11	54	0
2023-12	57	0

## 40.BoJack Horsman

month	mickey mouse	Bojack Horsman
2018-01	76	0
2018-02	74	0
2018-03	70	0
2018-04	70	0
2018-05	69	0
2018-06	64	0
2018-07	64	0
2018-08	70	0
2018-09	71	0
2018-10	76	0

2018-11	100	0
2018-12	88	0
2019-01	74	0
2019-02	71	0
2019-03	68	0
2019-04	60	0
2019-05	59	0
2019-06	59	0
2019-07	60	0
2019-08	57	0
2019-09	59	0
2019-10	64	0
2019-11	73	0
2019-12	67	0
2020-01	63	0
2020-02	66	0
2020-03	56	0
2020-04	59	0
2020-05	60	0
2020-06	60	0
2020-07	64	0
2020-08	59	0
2020-09	58	0
2020-10	63	0
2020-11	64	0
2020-12	65	0

#### 40.BoJack Horsman(ต่อ)

month	mickey mouse	Bojack Horsman
2021-01	57	0
2021-02	54	0
2021-03	52	0
2021-04	54	0
2021-05	53	0
2021-06	51	0
2021-07	55	0
2021-08	53	0
2021-09	53	0

2021-10	63	0
2021-11	67	0
2021-12	69	0
2022-01	61	0
2022-02	55	0
2022-03	53	0
2022-04	59	0
2022-05	49	0
2022-06	51	0
2022-07	55	0
2022-08	53	0
2022-09	53	0
2022-10	55	0
2022-11	60	0
2022-12	58	0
2023-01	54	0
2023-02	63	0
2023-03	54	0
2023-04	50	0
2023-05	47	0
2023-06	47	0
2023-07	48	0
2023-08	47	0
2023-09	47	0
2023-10	53	0
2023-11	52	0
2023-12	57	0

## 41.Mr. Bean

month	mickey mouse	Mr. Bean
2018-01	76	2
2018-02	74	2
2018-03	70	2
2018-04	70	2
2018-05	69	2
2018-06	64	1
2018-07	64	4
2018-08	70	1
2018-09	71	1
2018-10	76	1
2018-11	100	1

2018-12	88	2
2019-01	74	1
2019-02	71	1
2019-03	68	1
2019-04	60	1
2019-05	59	1
2019-06	59	1
2019-07	60	1
2019-08	57	1
2019-09	59	1
2019-10	64	1
2019-11	73	1
2019-12	67	1
2020-01	63	1
2020-02	66	1
2020-03	56	1
2020-04	59	1
2020-05	60	1
2020-06	60	1
2020-07	64	1
2020-08	59	1
2020-09	58	1
2020-10	63	1
2020-11	64	1
2020-12	65	1

## 41.Mr. Bean(ต่อ)

month	mickey mouse	Mr. Bean
2021-01	57	1
2021-02	54	1
2021-03	52	2
2021-04	54	1
2021-05	53	1
2021-06	51	1
2021-07	55	1
2021-08	53	1
2021-09	53	2
2021-10	63	1
2021-11	67	1
2021-12	69	1

2022-01	61	1
2022-02	55	1
2022-03	53	1
2022-04	59	1
2022-05	49	1
2022-06	51	1
2022-07	55	1
2022-08	53	1
2022-09	53	1
2022-10	55	1
2022-11	60	1
2022-12	58	1
2023-01	54	1
2023-02	63	1
2023-03	54	1
2023-04	50	1
2023-05	47	1
2023-06	47	1
2023-07	48	1
2023-08	47	1
2023-09	47	1
2023-10	53	0
2023-11	52	1
2023-12	57	1

## 42. Minnie Mouse

month	mickey mouse	Minnie Mouse
2018-01	76	29
2018-02	74	27
2018-03	70	24
2018-04	70	22
2018-05	69	22
2018-06	64	22
2018-07	64	23
2018-08	70	22
2018-09	71	25
2018-10	76	33
2018-11	100	28

2018-12	88	29
2019-01	74	24
2019-02	71	24
2019-03	68	24
2019-04	60	21
2019-05	59	20
2019-06	59	20
2019-07	60	22
2019-08	57	23
2019-09	59	22
2019-10	64	30
2019-11	73	25
2019-12	67	25
2020-01	63	22
2020-02	66	23
2020-03	56	18
2020-04	59	19
2020-05	60	21
2020-06	60	21
2020-07	64	22
2020-08	59	22
2020-09	58	21
2020-10	63	25
2020-11	64	24
2020-12	65	24

## 42. Minnie Mouse(ต่อ)

months	mickey mouse	Minnie Mouse
2021-01	57	20
2021-02	54	19
2021-03	52	19
2021-04	54	18
2021-05	53	18
2021-06	51	18
2021-07	55	19
2021-08	53	20
2021-09	53	21
2021-10	63	25
2021-11	67	24
2021-12	69	23



2022-01	61	25
2022-02	55	21
2022-03	53	19
2022-04	59	19
2022-05	49	17
2022-06	51	17
2022-07	55	18
2022-08	53	19
2022-09	53	18
2022-10	55	22
2022-11	60	20
2022-12	58	19
2023-01	54	18
2023-02	63	18
2023-03	54	16
2023-04	50	17
2023-05	47	15
2023-06	47	15
2023-07	48	16
2023-08	47	16
2023-09	47	15
2023-10	53	19
2023-11	52	18
2023-12	57	19

## 43. Mickey mouse

month	Mickey mouse
2018-01	77
2018-02	75
2018-03	71
2018-04	71
2018-05	70
2018-06	65
2018-07	65
2018-08	71
2018-09	71
2018-10	77
2018-11	100

2018-12	89
2019-01	75
2019-02	71
2019-03	67
2019-04	61
2019-05	59
2019-06	59
2019-07	61
2019-08	57
2019-09	60
2019-10	65
2019-11	74
2019-12	68
2020-01	64
2020-02	67
2020-03	58
2020-04	59
2020-05	61
2020-06	60
2020-07	65
2020-08	60
2020-09	59
2020-10	62
2020-11	65
2020-12	65

## 43. Mickey mouse(ต่อ)

month	Mickey mouse
2021-01	57
2021-02	54
2021-03	53
2021-04	55
2021-05	53
2021-06	52
2021-07	55
2021-08	54
2021-09	54
2021-10	64
2021-11	68

2021-12	69
2022-01	62
2022-02	56
2022-03	53
2022-04	59
2022-05	49
2022-06	51
2022-07	56
2022-08	53
2022-09	54
2022-10	56
2022-11	61
2022-12	59
2023-01	55
2023-02	64
2023-03	54
2023-04	51
2023-05	47
2023-06	48
2023-07	48
2023-08	48
2023-09	47
2023-10	53
2023-11	52
2023-12	57

## 44. Maleficent

month	mickey mouse	Maleficent
2018-01	51	7
2018-02	50	6
2018-03	47	5
2018-04	47	5
2018-05	46	5
2018-06	43	6
2018-07	43	5
2018-08	47	5
2018-09	47	6
2018-10	51	9
2018-11	67	5
2018-12	59	7
2019-01	50	5

2019-02	48	5
2019-03	45	6
2019-04	40	5
2019-05	39	10
2019-06	39	6
2019-07	40	11
2019-08	38	10
2019-09	40	17
2019-10	43	100
2019-11	49	47
2019-12	45	20
2020-01	43	33
2020-02	44	18
2020-03	38	14
2020-04	39	13
2020-05	40	17
2020-06	40	16
2020-07	43	11
2020-08	40	10
2020-09	39	10
2020-10	43	13
2020-11	43	8
2020-12	43	10

## 44. Maleficent(ต่อ)

month	mickey mouse	Maleficent
2021-01	38	7
2021-02	36	7
2021-03	35	6
2021-04	36	6
2021-05	36	7
2021-06	35	7
2021-07	37	7
2021-08	36	7
2021-09	36	7
2021-10	42	12
2021-11	45	7
2021-12	46	7

2022-01	41	7
2022-02	37	7
2022-03	35	6
2022-04	39	5
2022-05	33	5
2022-06	34	5
2022-07	37	6
2022-08	35	5
2022-09	36	6
2022-10	37	11
2022-11	40	5
2022-12	39	5
2023-01	36	5
2023-02	42	7
2023-03	36	9
2023-04	34	6
2023-05	31	5
2023-06	32	5
2023-07	32	6
2023-08	32	5
2023-09	31	5
2023-10	35	9
2023-11	35	5
2023-12	38	5

## 45. Mario

month	mickey mouse	Mario
2018-01	11	29
2018-02	11	24
2018-03	11	23
2018-04	11	23
2018-05	10	24
2018-06	10	26
2018-07	10	26
2018-08	11	27
2018-09	11	26
2018-10	12	27
2018-11	15	28
2018-12	13	30
2019-01	11	34

2019-02	11	28
2019-03	10	28
2019-04	9	26
2019-05	9	27
2019-06	9	32
2019-07	9	37
2019-08	9	32
2019-09	9	30
2019-10	10	33
2019-11	11	29
2019-12	10	35
2020-01	10	29
2020-02	10	29
2020-03	9	34
2020-04	9	39
2020-05	9	35
2020-06	9	30
2020-07	10	36
2020-08	9	32
2020-09	9	48
2020-10	10	34
2020-11	10	29
2020-12	10	33

## 45. Mario(ต่อ)

month	mickey mouse	Mario
2021-01	9	31
2021-02	8	35
2021-03	8	30
2021-04	8	26
2021-05	8	23
2021-06	8	22
2021-07	8	24
2021-08	8	26
2021-09	8	26
2021-10	10	26
2021-11	10	24
2021-12	10	28

2022-01	9	29
2022-02	8	27
2022-03	8	31
2022-04	9	33
2022-05	7	28
2022-06	8	28
2022-07	8	29
2022-08	8	30
2022-09	8	26
2022-10	8	31
2022-11	9	30
2022-12	9	33
2023-01	8	34
2023-02	10	33
2023-03	8	37
2023-04	8	100
2023-05	7	70
2023-06	7	53
2023-07	7	45
2023-08	7	40
2023-09	7	38
2023-10	8	52
2023-11	8	53
2023-12	9	51

## 46. Marge Simpson

month	mickey mouse	Marge simpson
2018-01	76	3
2018-02	74	3
2018-03	70	3
2018-04	70	3
2018-05	69	3
2018-06	64	3
2018-07	64	3
2018-08	70	3
2018-09	71	3
2018-10	76	3
2018-11	100	3
2018-12	88	3

2019-01	74	3
2019-02	71	4
2019-03	68	3
2019-04	60	3
2019-05	59	3
2019-06	59	3
2019-07	60	3
2019-08	57	4
2019-09	59	3
2019-10	64	3
2019-11	73	3
2019-12	67	3
2020-01	63	3
2020-02	66	3
2020-03	56	4
2020-04	59	4
2020-05	60	4
2020-06	60	4
2020-07	64	4
2020-08	59	4
2020-09	58	3
2020-10	63	3
2020-11	64	3
2020-12	65	3

## 46. Marge Simpson(ต่อ)

month	mickey mouse	Marge simpson
2021-01	57	3
2021-02	54	3
2021-03	52	3
2021-04	54	3
2021-05	53	3
2021-06	51	3
2021-07	55	3
2021-08	53	3
2021-09	53	3
2021-10	63	3
2021-11	67	3
2021-12	69	3



2022-01	61	3
2022-02	55	3
2022-03	53	3
2022-04	59	3
2022-05	49	5
2022-06	51	3
2022-07	55	3
2022-08	53	3
2022-09	53	3
2022-10	55	3
2022-11	60	3
2022-12	58	2
2023-01	54	3
2023-02	63	3
2023-03	54	3
2023-04	50	3
2023-05	47	3
2023-06	47	3
2023-07	48	3
2023-08	47	2
2023-09	47	2
2023-10	53	3
2023-11	52	3
2023-12	57	2

## 47.My Melody

month	mickey mouse	My Melody
2018-01	76	2
2018-02	74	2
2018-03	70	2
2018-04	70	2
2018-05	69	2
2018-06	64	2
2018-07	64	2
2018-08	70	2
2018-09	71	2
2018-10	76	2
2018-11	100	2
2018-12	88	2
2019-01	74	2

2019-02	71	2
2019-03	68	2
2019-04	60	2
2019-05	59	2
2019-06	59	2
2019-07	60	2
2019-08	57	2
2019-09	59	2
2019-10	64	2
2019-11	73	2
2019-12	67	2
2020-01	63	2
2020-02	66	3
2020-03	56	2
2020-04	59	3
2020-05	60	3
2020-06	60	3
2020-07	64	4
2020-08	59	5
2020-09	58	5
2020-10	63	4
2020-11	64	3
2020-12	65	4

47.My Melody (ต่อ)

month	mickey mouse	My Melody
2021-01	57	4
2021-02	54	3
2021-03	52	3
2021-04	54	3
2021-05	53	4
2021-06	51	3
2021-07	55	3
2021-08	53	3
2021-09	53	3
2021-10	63	3
2021-11	67	3
2021-12	69	5
2022-01	61	6
2022-02	55	6
2022-03	53	6
2022-04	59	6
2022-05	49	6
2022-06	51	6
2022-07	55	7
2022-08	53	7
2022-09	53	7
2022-10	55	7
2022-11	60	7
2022-12	58	7
2023-01	54	8
2023-02	63	9
2023-03	54	8
2023-04	50	9
2023-05	47	9
2023-06	47	9
2023-07	48	8
2023-08	47	9
2023-09	47	9
2023-10	53	9
2023-11	52	10
2023-12	57	11

## 48. Pinkie Pie

month	mickey mouse	Pinkie Pie
2018-01	76	3

2018-02	74	3
2018-03	70	3
2018-04	70	3
2018-05	69	3
2018-06	64	3
2018-07	64	3
2018-08	70	2
2018-09	71	2
2018-10	76	3
2018-11	100	2
2018-12	88	3
2019-01	74	2
2019-02	71	2
2019-03	68	2
2019-04	60	2
2019-05	59	2
2019-06	59	2
2019-07	60	2
2019-08	57	2
2019-09	59	2
2019-10	64	2
2019-11	73	2
2019-12	67	2
2020-01	63	2
2020-02	66	2
2020-03	56	2
2020-04	59	2
2020-05	60	2
2020-06	60	2
2020-07	64	2
2020-08	59	2
2020-09	58	2
2020-10	63	2
2020-11	64	2
2020-12	65	2

## 48. Pinkie Pie(ต่อ)

month	mickey mouse	Pinkie Pie
2021-01	57	2

2021-02	54	2
2021-03	52	2
2021-04	54	2
2021-05	53	2
2021-06	51	2
2021-07	55	2
2021-08	53	2
2021-09	53	2
2021-10	63	2
2021-11	67	2
2021-12	69	2
2022-01	61	2
2022-02	55	2
2022-03	53	2
2022-04	59	2
2022-05	49	2
2022-06	51	2
2022-07	55	2
2022-08	53	2
2022-09	53	2
2022-10	55	2
2022-11	60	2
2022-12	58	2
2023-01	54	2
2023-02	63	2
2023-03	54	2
2023-04	50	2
2023-05	47	2
2023-06	47	2
2023-07	48	2
2023-08	47	2
2023-09	47	2
2023-10	53	2
2023-11	52	2
2023-12	57	2

## 49. Twilight Sparkle

month	mickey mouse	Twilight Sparkle
2018-01	76	3

2018-02	74	3
2018-03	70	3
2018-04	70	3
2018-05	69	2
2018-06	64	3
2018-07	64	3
2018-08	70	2
2018-09	71	2
2018-10	76	2
2018-11	100	2
2018-12	88	2
2019-01	74	2
2019-02	71	2
2019-03	68	2
2019-04	60	2
2019-05	59	2
2019-06	59	2
2019-07	60	2
2019-08	57	2
2019-09	59	2
2019-10	64	2
2019-11	73	2
2019-12	67	2
2020-01	63	2
2020-02	66	2
2020-03	56	2
2020-04	59	2
2020-05	60	2
2020-06	60	2
2020-07	64	2
2020-08	59	3
2020-09	58	2
2020-10	63	2
2020-11	64	2
2020-12	65	2

## 49. Twilight Sparkle(ตัว)

month	mickey mouse	Twilight Sparkle
2021-01	57	2
2021-02	54	2
2021-03	52	2
2021-04	54	2
2021-05	53	2
2021-06	51	2
2021-07	55	3
2021-08	53	4
2021-09	53	3
2021-10	63	3
2021-11	67	3
2021-12	69	2
2022-01	61	2
2022-02	55	2
2022-03	53	2
2022-04	59	2
2022-05	49	2
2022-06	51	2
2022-07	55	2
2022-08	53	2
2022-09	53	2
2022-10	55	2
2022-11	60	2
2022-12	58	2
2023-01	54	2
2023-02	63	2
2023-03	54	2
2023-04	50	2
2023-05	47	2
2023-06	47	2
2023-07	48	2
2023-08	47	2
2023-09	47	2
2023-10	53	2
2023-11	52	2
2023-12	57	2

## 50. Panda Jujutsu

month	mickey mouse	Panda Jujutsu
2018-01	76	0
2018-02	74	0
2018-03	70	0
2018-04	70	0
2018-05	69	0
2018-06	64	0
2018-07	64	0
2018-08	70	0
2018-09	71	0
2018-10	76	0
2018-11	100	0
2018-12	88	0
2019-01	74	0
2019-02	71	0
2019-03	68	0
2019-04	60	0
2019-05	59	0
2019-06	59	0
2019-07	60	0
2019-08	57	0
2019-09	59	0
2019-10	64	0
2019-11	73	0
2019-12	67	0
2020-01	63	0
2020-02	66	0
2020-03	56	0
2020-04	59	0
2020-05	60	0
2020-06	60	0
2020-07	64	0
2020-08	59	0
2020-09	58	0
2020-10	63	0
2020-11	64	0
2020-12	65	0

50. Panda Jujutsu(ต่อ)



month	mickey mouse	Panda Jajutsu
2021-01	57	0
2021-02	54	0
2021-03	52	0
2021-04	54	0
2021-05	53	0
2021-06	51	0
2021-07	55	0
2021-08	53	0
2021-09	53	0
2021-10	63	0
2021-11	67	0
2021-12	69	0
2022-01	61	0
2022-02	55	0
2022-03	53	0
2022-04	59	0
2022-05	49	0
2022-06	51	0
2022-07	55	0
2022-08	53	0
2022-09	53	0
2022-10	55	0
2022-11	60	0
2022-12	58	0
2023-01	54	0
2023-02	63	0
2023-03	54	0
2023-04	50	0
2023-05	47	0
2023-06	47	0
2023-07	48	0
2023-08	47	0
2023-09	47	0
2023-10	53	0
2023-11	52	0
2023-12	57	0

## 51. Flash Zootopia

month	mickey mouse	Flash Zootopia
2018-01	76	1
2018-02	74	0
2018-03	70	0
2018-04	70	0
2018-05	69	0
2018-06	64	0
2018-07	64	0
2018-08	70	0
2018-09	71	0
2018-10	76	0
2018-11	100	0
2018-12	88	0
2019-01	74	0
2019-02	71	0
2019-03	68	0
2019-04	60	0
2019-05	59	0
2019-06	59	0
2019-07	60	0
2019-08	57	0
2019-09	59	0
2019-10	64	0
2019-11	73	0
2019-12	67	0
2020-01	63	0
2020-02	66	0
2020-03	56	0
2020-04	59	0
2020-05	60	0
2020-06	60	0
2020-07	64	0
2020-08	59	0
2020-09	58	0
2020-10	63	0
2020-11	64	0
2020-12	65	0

## 51. Flash Zootopia(ต่อ)

month	mickey mouse	Flash Zootopia
2021-01	57	0
2021-02	54	0
2021-03	52	0
2021-04	54	0
2021-05	53	0
2021-06	51	0
2021-07	55	0
2021-08	53	0
2021-09	53	0
2021-10	63	0
2021-11	67	0
2021-12	69	0
2022-01	61	0
2022-02	55	0
2022-03	53	0
2022-04	59	0
2022-05	49	0
2022-06	51	0
2022-07	55	0
2022-08	53	0
2022-09	53	0
2022-10	55	0
2022-11	60	0
2022-12	58	0
2023-01	54	0
2023-02	63	0
2023-03	54	0
2023-04	50	0
2023-05	47	0
2023-06	47	0
2023-07	48	0
2023-08	47	0
2023-09	47	0
2023-10	53	0
2023-11	52	0
2023-12	57	0

52. Yuji Itadori

Year	Salary (Baht)	YTD Rate
200-01	76	0
200-02	74	0
200-03	76	0
200-04	75	0
200-05	69	0
200-06	64	0
200-07	64	0
200-08	73	0
200-09	71	0
200-10	76	0
200-11	98	0
200-12	64	0
200-13	74	0
200-14	71	0
200-15	69	0
200-16	68	0
200-17	59	0
200-18	59	0
200-19	60	0
200-20	57	0
200-21	59	0
200-22	64	0
200-23	73	0
200-24	67	0
200-25	65	0
200-26	66	0
200-27	56	0
200-28	59	0
200-29	60	0
200-30	60	0
200-31	64	0
200-32	59	0
200-33	59	0
200-34	63	1
200-35	64	1
200-36	65	2

52. Yuji Itadori(ตจ)

month	mickey mouse	Yuji itadori
2021-01	57	2
2021-02	54	2
2021-03	52	4
2021-04	54	3
2021-05	53	3
2021-06	51	3
2021-07	55	3
2021-08	53	2
2021-09	53	2
2021-10	63	2
2021-11	67	2
2021-12	69	2
2022-01	61	2
2022-02	55	2
2022-03	53	3
2022-04	59	2
2022-05	49	2
2022-06	51	2
2022-07	55	2
2022-08	53	2
2022-09	53	2
2022-10	55	2
2022-11	60	1
2022-12	58	1
2023-01	54	1
2023-02	63	2
2023-03	54	2
2023-04	50	2
2023-05	47	1
2023-06	47	1
2023-07	48	3
2023-08	47	3
2023-09	47	4
2023-10	53	6
2023-11	52	5
2023-12	57	8

## 53. Winnie the pooh

month	mickey mouse	winnie the pooh
2018-01	76	20
2018-02	74	19
2018-03	70	28
2018-04	70	19
2018-05	69	20
2018-06	64	32
2018-07	64	36
2018-08	70	50
2018-09	71	31
2018-10	76	29
2018-11	100	29
2018-12	88	24
2019-01	74	22
2019-02	71	22
2019-03	68	27
2019-04	60	25
2019-05	59	22
2019-06	59	20
2019-07	60	18
2019-08	57	20
2019-09	59	20
2019-10	64	32
2019-11	73	24
2019-12	67	22
2020-01	63	21
2020-02	66	20
2020-03	56	22
2020-04	59	24
2020-05	60	22
2020-06	60	20
2020-07	64	20
2020-08	59	20
2020-09	58	20
2020-10	63	21
2020-11	64	18
2020-12	65	19

## 53. Winnie the pooh(ต่อ)

month	mickey mouse	winnie the pooh
2021-01	57	21
2021-02	54	21
2021-03	52	20
2021-04	54	18
2021-05	53	18
2021-06	51	17
2021-07	55	18
2021-08	53	18
2021-09	53	19
2021-10	63	21
2021-11	67	20
2021-12	69	20
2022-01	61	23
2022-02	55	21
2022-03	53	19
2022-04	59	19
2022-05	49	32
2022-06	51	25
2022-07	55	31
2022-08	53	24
2022-09	53	33
2022-10	55	27
2022-11	60	23
2022-12	58	24
2023-01	54	35
2023-02	63	47
2023-03	54	33
2023-04	50	28
2023-05	47	25
2023-06	47	21
2023-07	48	24
2023-08	47	22
2023-09	47	24
2023-10	53	32
2023-11	52	24
2023-12	57	24

## 54. Pink Panther

month	mickey mouse	Pink Panther
2018-01	76	10
2018-02	74	12
2018-03	70	11
2018-04	70	10
2018-05	69	11
2018-06	64	10
2018-07	64	9
2018-08	70	10
2018-09	71	9
2018-10	76	9
2018-11	100	9
2018-12	88	10
2019-01	74	9
2019-02	71	9
2019-03	68	9
2019-04	60	9
2019-05	59	10
2019-06	59	9
2019-07	60	11
2019-08	57	11
2019-09	59	10
2019-10	64	9
2019-11	73	9
2019-12	67	10
2020-01	63	8
2020-02	66	8
2020-03	56	9
2020-04	59	10
2020-05	60	9
2020-06	60	8
2020-07	64	8
2020-08	59	8
2020-09	58	7
2020-10	63	7
2020-11	64	7
2020-12	65	7

## 54. Pink Panther(ต่อ)

month	mickey mouse	Pink Panther
-------	--------------	--------------



2021-01	57	7
2021-02	54	8
2021-03	52	7
2021-04	54	7
2021-05	53	7
2021-06	51	7
2021-07	55	7
2021-08	53	6
2021-09	53	6
2021-10	63	7
2021-11	67	6
2021-12	69	7
2022-01	61	7
2022-02	55	7
2022-03	53	6
2022-04	59	7
2022-05	49	6
2022-06	51	6
2022-07	55	7
2022-08	53	6
2022-09	53	6
2022-10	55	7
2022-11	60	8
2022-12	58	8
2023-01	54	7
2023-02	63	7
2023-03	54	7
2023-04	50	7
2023-05	47	7
2023-06	47	6
2023-07	48	7
2023-08	47	6
2023-09	47	6
2023-10	53	7
2023-11	52	7
2023-12	57	7

## 55. Piglet (Winnie the pooh)

month	mickey mouse	Piglet (Winnie the pooh)
2018-01	76	4

2018-02	74	4
2018-03	70	5
2018-04	70	4
2018-05	69	4
2018-06	64	5
2018-07	64	5
2018-08	70	5
2018-09	71	6
2018-10	76	7
2018-11	100	5
2018-12	88	6
2019-01	74	5
2019-02	71	6
2019-03	68	5
2019-04	60	4
2019-05	59	4
2019-06	59	4
2019-07	60	4
2019-08	57	4
2019-09	59	5
2019-10	64	7
2019-11	73	5
2019-12	67	5
2020-01	63	5
2020-02	66	5
2020-03	56	6
2020-04	59	6
2020-05	60	5
2020-06	60	4
2020-07	64	4
2020-08	59	4
2020-09	58	5
2020-10	63	6
2020-11	64	4
2020-12	65	4

## 55. Piglet (Winnie the pooh)(ตุ๊ก)

month	mickey mouse	Piglet (Winnie the pooh)
2021-01	57	4
2021-02	54	4

2021-03	52	4
2021-04	54	3
2021-05	53	4
2021-06	51	3
2021-07	55	4
2021-08	53	3
2021-09	53	3
2021-10	63	4
2021-11	67	3
2021-12	69	3
2022-01	61	4
2022-02	55	4
2022-03	53	3
2022-04	59	3
2022-05	49	3
2022-06	51	2
2022-07	55	3
2022-08	53	3
2022-09	53	3
2022-10	55	4
2022-11	60	3
2022-12	58	3
2023-01	54	3
2023-02	63	4
2023-03	54	4
2023-04	50	4
2023-05	47	3
2023-06	47	3
2023-07	48	4
2023-08	47	3
2023-09	47	3
2023-10	53	4
2023-11	52	3
2023-12	57	3

## 56. No face

month	mickey mouse	No face
2018-01	76	42
2018-02	74	45
2018-03	70	47

2018-04	70	43
2018-05	69	38
2018-06	64	37
2018-07	64	37
2018-08	70	38
2018-09	71	35
2018-10	76	35
2018-11	100	34
2018-12	88	32
2019-01	74	28
2019-02	71	27
2019-03	68	30
2019-04	60	30
2019-05	59	25
2019-06	59	25
2019-07	60	31
2019-08	57	28
2019-09	59	24
2019-10	64	29
2019-11	73	29
2019-12	67	24
2020-01	63	22
2020-02	66	23
2020-03	56	31
2020-04	59	42
2020-05	60	31
2020-06	60	28
2020-07	64	28
2020-08	59	27
2020-09	59	23
2020-10	63	23
2020-11	64	21
2020-12	65	20

## 56. No face(ต่อ)

month	mickey mouse	No face
2021-01	57	18
2021-02	54	19
2021-03	52	19

2021-04	54	19
2021-05	53	20
2021-06	51	18
2021-07	55	17
2021-08	53	17
2021-09	53	17
2021-10	63	18
2021-11	67	17
2021-12	69	18
2022-01	61	18
2022-02	55	19
2022-03	53	20
2022-04	59	19
2022-05	49	21
2022-06	51	18
2022-07	55	19
2022-08	53	17
2022-09	53	19
2022-10	55	19
2022-11	60	14
2022-12	58	16
2023-01	54	16
2023-02	63	17
2023-03	54	16
2023-04	50	17
2023-05	47	17
2023-06	47	16
2023-07	49	17
2023-08	47	15
2023-09	47	16
2023-10	53	17
2023-11	52	16
2023-12	57	15

## 57. Pompompurin

month	mickey mouse	Pompompurin
2018-01	76	0
2018-02	74	0

2018-03	70	0
2018-04	70	0
2018-05	69	0
2018-06	64	0
2018-07	64	0
2018-08	70	0
2018-09	71	0
2018-10	76	0
2018-11	100	0
2018-12	88	0
2019-01	74	0
2019-02	71	0
2019-03	68	0
2019-04	60	0
2019-05	59	0
2019-06	59	0
2019-07	60	0
2019-08	57	0
2019-09	59	0
2019-10	64	0
2019-11	73	0
2019-12	67	0
2020-01	63	0
2020-02	66	0
2020-03	56	0
2020-04	59	0
2020-05	60	0
2020-06	60	0
2020-07	64	0
2020-08	59	0
2020-09	58	0
2020-10	63	0
2020-11	64	0
2020-12	65	0

## 57. Pompopurin(ต่อ)

month	mickey mouse	Pompopurin
2021-01	57	0

2021-02	54	0
2021-03	52	1
2021-04	54	1
2021-05	53	0
2021-06	51	0
2021-07	55	0
2021-08	53	0
2021-09	53	0
2021-10	63	0
2021-11	67	0
2021-12	69	1
2022-01	61	1
2022-02	55	1
2022-03	53	1
2022-04	59	1
2022-05	49	1
2022-06	51	1
2022-07	55	1
2022-08	53	1
2022-09	53	1
2022-10	55	1
2022-11	60	1
2022-12	58	1
2023-01	54	2
2023-02	63	2
2023-03	54	2
2023-04	50	2
2023-05	47	2
2023-06	47	2
2023-07	48	2
2023-08	47	2
2023-09	47	2
2023-10	53	2
2023-11	52	3
2023-12	57	3

## 58. Batman

month	mickey mouse	Batman
2018-01	7	23
2018-02	7	21

2018-03	7	20
2018-04	6	21
2018-05	6	20
2018-06	6	18
2018-07	6	19
2018-08	6	20
2018-09	7	21
2018-10	7	21
2018-11	9	18
2018-12	8	19
2019-01	7	20
2019-02	7	18
2019-03	6	18
2019-04	6	18
2019-05	5	20
2019-06	5	20
2019-07	6	18
2019-08	5	19
2019-09	5	25
2019-10	6	29
2019-11	7	21
2019-12	6	19
2020-01	6	19
2020-02	6	22
2020-03	5	19
2020-04	5	21
2020-05	6	20
2020-06	6	20
2020-07	6	19
2020-08	5	27
2020-09	5	20
2020-10	6	21
2020-11	6	18
2020-12	6	17

## 58. Batman(தீ) )

month	mickey mouse	Batman
2021-01	5	18
2021-02	5	16



2021-03	5	19
2021-04	5	20
2021-05	5	17
2021-06	5	16
2021-07	5	17
2021-08	5	17
2021-09	5	16
2021-10	6	22
2021-11	6	16
2021-12	6	18
2022-01	6	23
2022-02	5	33
2022-03	5	100
2022-04	5	55
2022-05	5	29
2022-06	5	20
2022-07	5	20
2022-08	5	20
2022-09	5	18
2022-10	5	19
2022-11	6	19
2022-12	5	19
2023-01	5	20
2023-02	6	21
2023-03	5	19
2023-04	5	19
2023-05	4	18
2023-06	4	22
2023-07	4	22
2023-08	4	20
2023-09	4	20
2023-10	5	19
2023-11	5	18
2023-12	5	21

59. Barbie

month	mickey mouse	Barbie
2018-01	3	11
2018-02	3	10
2018-03	3	10
2018-04	3	10
2018-05	3	9
2018-06	3	10
2018-07	3	11
2018-08	3	11
2018-09	3	10
2018-10	3	10
2018-11	5	12
2018-12	4	13
2019-01	3	9
2019-02	3	9
2019-03	3	9
2019-04	3	9
2019-05	3	8
2019-06	3	9
2019-07	3	9
2019-08	3	9
2019-09	3	8
2019-10	3	9
2019-11	3	10
2019-12	3	11
2020-01	3	7
2020-02	3	7
2020-03	3	8
2020-04	3	9
2020-05	3	10
2020-06	3	9
2020-07	3	10
2020-08	3	10
2020-09	3	9
2020-10	3	10
2020-11	3	12
2020-12	3	12

## 59. Barbie(ต่อ)

month	mickey mouse	Barbie
2021-01	3	8
2021-02	2	7
2021-03	2	8
2021-04	2	8
2021-05	2	7
2021-06	2	8
2021-07	2	8
2021-08	2	8
2021-09	2	8
2021-10	3	8
2021-11	3	9
2021-12	3	10
2022-01	3	8
2022-02	2	7
2022-03	2	7
2022-04	3	8
2022-05	2	8
2022-06	2	8
2022-07	2	9
2022-08	2	9
2022-09	2	8
2022-10	2	7
2022-11	3	9
2022-12	3	11
2023-01	2	8
2023-02	3	7
2023-03	2	7
2023-04	2	13
2023-05	2	10
2023-06	2	15
2023-07	2	100
2023-08	2	45
2023-09	2	21
2023-10	2	16
2023-11	2	14
2023-12	3	16

60. Bart Simpson

month	mickey mouse	Bart Simpson
2018-01	76	7
2018-02	74	8
2018-03	70	8
2018-04	70	7
2018-05	69	7
2018-06	64	7
2018-07	64	7
2018-08	70	8
2018-09	71	9
2018-10	76	9
2018-11	100	9
2018-12	88	8
2019-01	74	8
2019-02	71	8
2019-03	68	8
2019-04	60	8
2019-05	59	9
2019-06	59	8
2019-07	60	8
2019-08	57	9
2019-09	59	9
2019-10	64	9
2019-11	73	10
2019-12	67	10
2020-01	63	10
2020-02	66	10
2020-03	56	12
2020-04	59	12
2020-05	60	10
2020-06	60	9
2020-07	64	9
2020-08	59	9
2020-09	58	9
2020-10	63	8
2020-11	64	8
2020-12	65	8

## 60. Bart Simpson(ต่อ)

month	mickey mouse	Bart Simpson
2021-01	57	8
2021-02	54	8
2021-03	52	7
2021-04	54	8
2021-05	53	8
2021-06	51	7
2021-07	55	7
2021-08	53	7
2021-09	53	7
2021-10	63	7
2021-11	67	7
2021-12	69	7
2022-01	61	8
2022-02	55	8
2022-03	53	8
2022-04	59	8
2022-05	49	8
2022-06	51	8
2022-07	55	8
2022-08	53	7
2022-09	53	7
2022-10	55	8
2022-11	60	7
2022-12	58	7
2023-01	54	7
2023-02	63	7
2023-03	54	7
2023-04	50	7
2023-05	47	6
2023-06	47	6
2023-07	48	6
2023-08	47	6
2023-09	47	6
2023-10	53	6
2023-11	52	6
2023-12	57	6

## 61. Buzzlightyear

month	mickey mouse	Buzzlightyear
-------	--------------	---------------

2018-01	76	0
2018-02	74	0
2018-03	70	0
2018-04	70	0
2018-05	69	0
2018-06	64	0
2018-07	64	0
2018-08	70	0
2018-09	71	0
2018-10	76	0
2018-11	100	0
2018-12	88	0
2019-01	74	0
2019-02	71	0
2019-03	68	0
2019-04	60	0
2019-05	59	0
2019-06	59	0
2019-07	60	0
2019-08	57	0
2019-09	59	0
2019-10	64	0
2019-11	73	0
2019-12	67	0
2020-01	63	0
2020-02	66	0
2020-03	56	0
2020-04	59	0
2020-05	60	0
2020-06	60	0
2020-07	64	0
2020-08	59	0
2020-09	58	0
2020-10	63	0
2020-11	64	0
2020-12	65	0

## 61. Buzzlightyear(ต่อ)

month	mickey mouse	Buzzlightyear
2021-01	57	0

2021-02	54	0
2021-03	52	0
2021-04	54	0
2021-05	53	0
2021-06	51	0
2021-07	55	0
2021-08	53	0
2021-09	53	0
2021-10	63	0
2021-11	67	0
2021-12	69	0
2022-01	61	0
2022-02	55	0
2022-03	53	0
2022-04	59	0
2022-05	49	0
2022-06	51	1
2022-07	55	0
2022-08	53	0
2022-09	53	0
2022-10	55	0
2022-11	60	0
2022-12	58	0
2023-01	54	0
2023-02	63	0
2023-03	54	0
2023-04	50	0
2023-05	47	0
2023-06	47	0
2023-07	48	0
2023-08	47	0
2023-09	47	0
2023-10	53	0
2023-11	52	0
2023-12	57	0

## 62. Bugs Bunny

month	mickey mouse	Bugs Bunny
2018-01	76	9

2018-02	74	9
2018-03	70	9
2018-04	70	9
2018-05	69	9
2018-06	64	8
2018-07	64	9
2018-08	70	9
2018-09	71	9
2018-10	76	10
2018-11	100	9
2018-12	88	10
2019-01	74	10
2019-02	71	10
2019-03	68	10
2019-04	60	13
2019-05	59	11
2019-06	59	11
2019-07	60	11
2019-08	57	11
2019-09	59	10
2019-10	64	11
2019-11	73	11
2019-12	67	10
2020-01	63	10
2020-02	66	11
2020-03	56	13
2020-04	59	14
2020-05	60	13
2020-06	60	14
2020-07	64	15
2020-08	59	13
2020-09	58	12
2020-10	63	12
2020-11	64	11
2020-12	65	11

## 62. Bugs Bunny(ต่อ)

month	wickey mouse	Bugs Bunny
-------	--------------	------------



2021-01	57	11
2021-02	54	11
2021-03	52	16
2021-04	54	15
2021-05	53	12
2021-06	51	12
2021-07	55	20
2021-08	53	15
2021-09	53	12
2021-10	63	12
2021-11	67	11
2021-12	69	10
2022-01	61	11
2022-02	55	11
2022-03	53	10
2022-04	59	11
2022-05	49	11
2022-06	51	11
2022-07	55	11
2022-08	53	13
2022-09	53	11
2022-10	55	12
2022-11	60	10
2022-12	58	10
2023-01	54	10
2023-02	63	10
2023-03	54	10
2023-04	50	11
2023-05	47	9
2023-06	47	10
2023-07	48	9
2023-08	47	10
2023-09	47	10
2023-10	53	11
2023-11	52	9
2023-12	57	10

## 63. Nobita Nobita

month	mickey mouse	Nobita Nobita
2018-01	76	0
2018-02	74	0

2018-03	70	0
2018-04	70	0
2018-05	69	0
2018-06	64	0
2018-07	64	0
2018-08	70	0
2018-09	71	0
2018-10	76	0
2018-11	100	0
2018-12	88	0
2019-01	74	0
2019-02	71	0
2019-03	68	0
2019-04	60	0
2019-05	59	0
2019-06	59	0
2019-07	60	0
2019-08	57	0
2019-09	59	0
2019-10	64	0
2019-11	73	0
2019-12	67	0
2020-01	63	0
2020-02	66	0
2020-03	56	0
2020-04	59	0
2020-05	60	0
2020-06	60	0
2020-07	64	0
2020-08	59	0
2020-09	58	0
2020-10	63	0
2020-11	64	0
2020-12	65	0

## 63. Nobi Nobita(ต่อ)

month	mickey mouse	Nobi Nobita
2021-01	57	0
2021-02	54	0
2021-03	52	0

2021-04	54	0
2021-05	53	0
2021-06	51	0
2021-07	55	0
2021-08	53	0
2021-09	53	0
2021-10	63	0
2021-11	67	0
2021-12	69	0
2022-01	61	0
2022-02	55	0
2022-03	53	0
2022-04	59	0
2022-05	49	0
2022-06	51	0
2022-07	55	0
2022-08	53	0
2022-09	53	0
2022-10	55	0
2022-11	60	0
2022-12	58	0
2023-01	54	0
2023-02	63	0
2023-03	54	0
2023-04	50	0
2023-05	47	0
2023-06	47	0
2023-07	48	0
2023-08	47	0
2023-09	47	0
2023-10	53	0
2023-11	52	0
2023-12	57	0

#### 64. Finding Nemo

month	mickey mouse	finding Nemo
2018-01	76	8
2018-02	74	8
2018-03	70	8

2018-04	70	9
2018-05	69	8
2018-06	64	9
2018-07	64	8
2018-08	70	8
2018-09	71	8
2018-10	76	8
2018-11	100	7
2018-12	88	7
2019-01	74	8
2019-02	71	8
2019-03	68	8
2019-04	60	8
2019-05	59	8
2019-06	59	9
2019-07	60	8
2019-08	57	8
2019-09	59	8
2019-10	64	8
2019-11	73	9
2019-12	67	8
2020-01	63	8
2020-02	66	8
2020-03	56	8
2020-04	59	10
2020-05	60	10
2020-06	60	8
2020-07	64	9
2020-08	59	8
2020-09	58	8
2020-10	63	7
2020-11	64	7
2020-12	65	7

## 64. Finding Nemo(ต่อ)

month	mickey mouse	finding Nemo
2021-01	57	8
2021-02	54	8

2021-03	52	7
2021-04	54	8
2021-05	53	8
2021-06	51	8
2021-07	55	8
2021-08	53	7
2021-09	53	7
2021-10	63	7
2021-11	67	6
2021-12	69	7
2022-01	61	7
2022-02	55	7
2022-03	53	7
2022-04	59	8
2022-05	49	8
2022-06	51	8
2022-07	55	8
2022-08	53	7
2022-09	53	8
2022-10	55	7
2022-11	60	6
2022-12	58	6
2023-01	54	8
2023-02	63	8
2023-03	54	8
2023-04	50	8
2023-05	47	8
2023-06	47	8
2023-07	48	9
2023-08	47	8
2023-09	47	8
2023-10	53	8
2023-11	52	7
2023-12	57	7

## 65. Nick Wilde

month	mickey mouse	Nick Wilde
2018-01	76	0
2018-02	74	0
2018-03	70	1
2018-04	70	0

2018-05	69	0
2018-06	64	0
2018-07	64	0
2018-08	70	0
2018-09	71	0
2018-10	76	0
2018-11	100	0
2018-12	88	0
2019-01	74	0
2019-02	71	0
2019-03	68	0
2019-04	60	0
2019-05	59	0
2019-06	59	0
2019-07	60	0
2019-08	57	0
2019-09	59	0
2019-10	64	0
2019-11	73	0
2019-12	67	0
2020-01	63	0
2020-02	66	0
2020-03	56	0
2020-04	59	1
2020-05	60	1
2020-06	60	1
2020-07	64	1
2020-08	59	1
2020-09	58	0
2020-10	63	0
2020-11	64	1
2020-12	65	1

## 65. Nick Wilde(ตุ๊กตา)

month	mickey mouse	Nick Wilde
2021-01	57	1
2021-02	54	1
2021-03	52	1
2021-04	54	1

2021-05	53	1
2021-06	51	1
2021-07	55	1
2021-08	53	1
2021-09	53	1
2021-10	63	1
2021-11	67	1
2021-12	69	1
2022-01	61	1
2022-02	55	1
2022-03	53	1
2022-04	59	1
2022-05	49	1
2022-06	51	1
2022-07	55	1
2022-08	53	1
2022-09	53	1
2022-10	55	1
2022-11	60	1
2022-12	58	1
2023-01	54	1
2023-02	63	1
2023-03	54	1
2023-04	50	1
2023-05	47	1
2023-06	47	0
2023-07	48	0
2023-08	47	0
2023-09	47	1
2023-10	53	1
2023-11	52	1
2023-12	57	0

## 66. Nick Fury

month	mickey mouse	Nick Fury
2018-01	76	1
2018-02	74	1
2018-03	70	2
2018-04	70	8

2018-05	69	10
2018-06	64	2
2018-07	64	2
2018-08	70	3
2018-09	71	3
2018-10	76	2
2018-11	100	2
2018-12	88	2
2019-01	74	3
2019-02	71	2
2019-03	68	11
2019-04	60	6
2019-05	59	5
2019-06	59	4
2019-07	60	7
2019-08	57	3
2019-09	59	3
2019-10	64	2
2019-11	73	2
2019-12	67	2
2020-01	63	2
2020-02	66	2
2020-03	56	2
2020-04	59	3
2020-05	60	3
2020-06	60	2
2020-07	64	2
2020-08	59	2
2020-09	58	2
2020-10	63	2
2020-11	64	2
2020-12	65	2

## 66. Nick Fury(ต่อ)

month	mickey mouse	Nick Fury
2021-01	57	3
2021-02	54	3
2021-03	52	3
2021-04	54	3



2021-05	53	3
2021-06	51	2
2021-07	55	3
2021-08	53	3
2021-09	53	2
2021-10	63	2
2021-11	67	2
2021-12	69	4
2022-01	61	4
2022-02	55	3
2022-03	53	2
2022-04	59	2
2022-05	49	2
2022-06	51	2
2022-07	55	2
2022-08	53	2
2022-09	53	2
2022-10	55	2
2022-11	60	2
2022-12	58	2
2023-01	54	2
2023-02	63	2
2023-03	54	2
2023-04	50	2
2023-05	47	2
2023-06	47	6
2023-07	48	7
2023-08	47	3
2023-09	47	2
2023-10	53	2
2023-11	52	2
2023-12	57	2

## 67. TATA BT21

month	mickey mouse	TATA bt21
2018-01	76	0
2018-02	74	0
2018-03	70	0

2018-04	70	0
2018-05	69	0
2018-06	64	0
2018-07	64	1
2018-08	70	1
2018-09	71	1
2018-10	76	1
2018-11	100	1
2018-12	88	1
2019-01	74	1
2019-02	71	1
2019-03	68	1
2019-04	60	1
2019-05	59	1
2019-06	59	1
2019-07	60	1
2019-08	57	1
2019-09	59	1
2019-10	64	1
2019-11	73	1
2019-12	67	1
2020-01	63	1
2020-02	66	1
2020-03	56	1
2020-04	59	1
2020-05	60	1
2020-06	60	1
2020-07	64	1
2020-08	59	1
2020-09	58	1
2020-10	63	1
2020-11	64	1
2020-12	65	1

## 67. TATA BT21 (ต่อ)

month	mickey mouse	TATA bt21
2021-01	57	1
2021-02	54	1
2021-03	52	1
2021-04	54	1

2021-05	53	1
2021-06	51	1
2021-07	55	1
2021-08	53	1
2021-09	53	1
2021-10	63	1
2021-11	67	1
2021-12	69	1
2022-01	61	1
2022-02	55	1
2022-03	53	1
2022-04	59	1
2022-05	49	1
2022-06	51	1
2022-07	55	1
2022-08	53	1
2022-09	53	0
2022-10	55	0
2022-11	60	0
2022-12	58	1
2023-01	54	0
2023-02	63	0
2023-03	54	0
2023-04	50	0
2023-05	47	0
2023-06	47	0
2023-07	48	0
2023-08	47	0
2023-09	47	0
2023-10	53	0
2023-11	52	0
2023-12	57	0

## 68. Tom (Tom and Jerry)

month	mickey mouse	Tom, Tom and Jerry
2018-01	76	29
2018-02	77	27
2018-03	75	31

2018-04	71	31
2018-05	70	35
2018-06	66	33
2018-07	67	35
2018-08	68	38
2018-09	71	39
2018-10	78	37
2018-11	100	37
2018-12	85	38
2019-01	73	38
2019-02	71	34
2019-03	67	40
2019-04	63	40
2019-05	59	40
2019-06	61	37
2019-07	62	31
2019-08	59	32
2019-09	61	29
2019-10	65	29
2019-11	72	28
2019-12	68	28
2020-01	66	27
2020-02	67	28
2020-03	59	27
2020-04	62	36
2020-05	63	34
2020-06	62	28
2020-07	66	29
2020-08	61	28
2020-09	58	27
2020-10	64	24
2020-11	65	30
2020-12	64	28

## 68. Tom (Tom and Jerry)(ຕົ້ນ)

month	mickey mouse	Tom Tom and Jerry
2021-01	58	26
2021-02	56	62
2021-03	56	61
2021-04	55	39

2021-05	54	31
2021-06	52	27
2021-07	56	27
2021-08	53	24
2021-09	55	22
2021-10	62	22
2021-11	70	22
2021-12	68	23
2022-01	61	23
2022-02	57	20
2022-03	54	21
2022-04	53	22
2022-05	55	22
2022-06	52	21
2022-07	55	22
2022-08	52	22
2022-09	54	20
2022-10	54	20
2022-11	59	21
2022-12	60	23
2023-01	51	21
2023-02	64	20
2023-03	54	19
2023-04	53	20
2023-05	47	20
2023-06	49	20
2023-07	46	19
2023-08	47	19
2023-09	47	18
2023-10	54	18
2023-11	54	19
2023-12	57	20

## 69. Doraemon

month	mickey mouse	Doraemon
2018-01	48	56
2018-02	47	59
2018-03	45	62

2018-04	44	59
2018-05	44	71
2018-06	41	78
2018-07	41	74
2018-08	44	87
2018-09	45	97
2018-10	48	97
2018-11	63	100
2018-12	56	86
2019-01	47	75
2019-02	45	69
2019-03	43	79
2019-04	38	83
2019-05	37	77
2019-06	37	74
2019-07	38	61
2019-08	36	59
2019-09	37	52
2019-10	41	54
2019-11	46	48
2019-12	42	42
2020-01	40	36
2020-02	42	36
2020-03	36	40
2020-04	37	41
2020-05	38	41
2020-06	38	41
2020-07	41	44
2020-08	37	42
2020-09	37	40
2020-10	40	35
2020-11	41	29
2020-12	41	31

## 69. Doraemon(ต่อ)

month	mickey mouse	Doraemon
2021-01	36	33
2021-02	34	30
2021-03	33	27
2021-04	34	28
2021-05	34	28
2021-06	33	28
2021-07	34	28
2021-08	34	26
2021-09	34	24
2021-10	40	23
2021-11	43	21
2021-12	43	25
2022-01	39	32
2022-02	35	28
2022-03	33	28
2022-04	37	28
2022-05	31	28
2022-06	32	32
2022-07	35	30
2022-08	33	31
2022-09	34	29
2022-10	35	28
2022-11	38	25
2022-12	37	25
2023-01	34	25
2023-02	40	27
2023-03	34	26
2023-04	32	28
2023-05	30	32
2023-06	30	33
2023-07	30	31
2023-08	30	28
2023-09	29	27
2023-10	33	25
2023-11	33	23
2023-12	36	25

## 70. Donald Duck

month	mickey mouse	Donald Duck
2018-01	76	9
2018-02	74	9
2018-03	70	9
2018-04	70	8
2018-05	69	8
2018-06	64	9
2018-07	64	8
2018-08	70	8
2018-09	71	8
2018-10	76	9
2018-11	100	10
2018-12	88	10
2019-01	74	10
2019-02	71	9
2019-03	68	9
2019-04	60	8
2019-05	59	9
2019-06	59	10
2019-07	60	8
2019-08	57	8
2019-09	59	8
2019-10	64	9
2019-11	73	10
2019-12	67	10
2020-01	63	8
2020-02	66	8
2020-03	56	11
2020-04	59	10
2020-05	60	9
2020-06	60	9
2020-07	64	8
2020-08	59	8
2020-09	58	8
2020-10	63	8
2020-11	64	10
2020-12	65	9

## 70. Donald Duck(ต่อ)

month	mickey mouse	Donald Duck
-------	--------------	-------------



2021-01	57	8
2021-02	54	8
2021-03	52	7
2021-04	54	7
2021-05	53	7
2021-06	51	7
2021-07	55	7
2021-08	53	7
2021-09	53	7
2021-10	63	7
2021-11	67	8
2021-12	69	8
2022-01	61	7
2022-02	55	7
2022-03	53	6
2022-04	59	7
2022-05	49	7
2022-06	51	7
2022-07	55	7
2022-08	53	7
2022-09	53	7
2022-10	55	7
2022-11	60	8
2022-12	58	8
2023-01	54	7
2023-02	63	7
2023-03	54	6
2023-04	50	6
2023-05	47	6
2023-06	47	7
2023-07	48	7
2023-08	47	7
2023-09	47	7
2023-10	53	8
2023-11	52	8
2023-12	57	8

## 71. Duffy Duck

month	mickey mouse	Duffy Duck
-------	--------------	------------

2018-01	76	0
2018-02	74	0
2018-03	70	0
2018-04	70	0
2018-05	69	0
2018-06	64	0
2018-07	64	0
2018-08	70	0
2018-09	71	0
2018-10	76	0
2018-11	100	0
2018-12	88	0
2019-01	74	0
2019-02	71	0
2019-03	68	0
2019-04	60	0
2019-05	59	0
2019-06	59	0
2019-07	60	0
2019-08	57	0
2019-09	59	0
2019-10	64	0
2019-11	73	0
2019-12	67	0
2020-01	63	0
2020-02	66	0
2020-03	56	0
2020-04	59	0
2020-05	60	0
2020-06	60	0
2020-07	64	0
2020-08	59	0
2020-09	58	0
2020-10	63	0
2020-11	64	0
2020-12	65	0

## 71. Duffy Duck(ต่อ)

month	mickey mouse	Duffy Duck
2021-01	57	0
2021-02	54	0
2021-03	52	0
2021-04	54	0
2021-05	53	0
2021-06	51	0
2021-07	55	0
2021-08	53	0
2021-09	53	0
2021-10	63	0
2021-11	67	0
2021-12	69	0
2022-01	61	0
2022-02	55	0
2022-03	53	0
2022-04	59	0
2022-05	49	0
2022-06	51	0
2022-07	55	0
2022-08	53	0
2022-09	53	0
2022-10	55	0
2022-11	60	0
2022-12	58	0
2023-01	54	0
2023-02	63	0
2023-03	54	0
2023-04	50	0
2023-05	47	0
2023-06	47	0
2023-07	48	0
2023-08	47	0
2023-09	47	0
2023-10	53	0
2023-11	52	0
2023-12	57	0

## 72. Dead Pool

month	mickey mouse	Dead Pool
2018-01	76	3
2018-02	74	3
2018-03	70	3
2018-04	70	5
2018-05	69	22
2018-06	64	10
2018-07	64	6
2018-08	70	8
2018-09	71	5
2018-10	76	5
2018-11	100	4
2018-12	88	4
2019-01	74	3
2019-02	71	3
2019-03	68	3
2019-04	60	3
2019-05	59	3
2019-06	59	3
2019-07	60	3
2019-08	57	3
2019-09	59	2
2019-10	64	2
2019-11	73	2
2019-12	67	2
2020-01	63	2
2020-02	66	2
2020-03	56	3
2020-04	59	4
2020-05	60	3
2020-06	60	3
2020-07	64	3
2020-08	59	2
2020-09	58	2
2020-10	63	2
2020-11	64	2
2020-12	65	2

72. Dead Pool(ต่อ)

month	mickey mouse	Dead Pool
2021-01	57	2
2021-02	54	2
2021-03	52	2
2021-04	54	2
2021-05	53	2
2021-06	51	2
2021-07	55	2
2021-08	53	2
2021-09	53	2
2021-10	63	2
2021-11	67	2
2021-12	69	2
2022-01	61	2
2022-02	55	2
2022-03	53	2
2022-04	59	2
2022-05	49	2
2022-06	51	2
2022-07	55	2
2022-08	53	2
2022-09	53	2
2022-10	55	2
2022-11	60	2
2022-12	58	2
2023-01	54	2
2023-02	63	2
2023-03	54	2
2023-04	50	2
2023-05	47	2
2023-06	47	2
2023-07	48	3
2023-08	47	2
2023-09	47	2
2023-10	53	2
2023-11	52	2
2023-12	57	2

## 73. Finding Dory

month	mickey mouse	finding Dory
2018-01	76	6
2018-02	74	5
2018-03	70	5
2018-04	70	6
2018-05	69	5
2018-06	64	5
2018-07	64	5
2018-08	70	4
2018-09	71	4
2018-10	76	3
2018-11	100	3
2018-12	88	3
2019-01	74	4
2019-02	71	4
2019-03	68	3
2019-04	60	3
2019-05	59	3
2019-06	59	4
2019-07	60	3
2019-08	57	3
2019-09	59	3
2019-10	64	3
2019-11	73	3
2019-12	67	4
2020-01	63	3
2020-02	66	3
2020-03	56	3
2020-04	59	5
2020-05	60	4
2020-06	60	4
2020-07	64	3
2020-08	59	3
2020-09	58	3
2020-10	63	3
2020-11	64	2
2020-12	65	3

## 73. Finding Dory(ต่อ)

month	mickey mouse	finding Dory
2021-01	57	3

2021-02	54	3
2021-03	52	3
2021-04	54	3
2021-05	53	3
2021-06	51	3
2021-07	55	3
2021-08	53	3
2021-09	53	2
2021-10	63	2
2021-11	67	2
2021-12	69	2
2022-01	61	2
2022-02	55	2
2022-03	53	2
2022-04	59	2
2022-05	49	2
2022-06	51	2
2022-07	55	3
2022-08	53	2
2022-09	53	2
2022-10	55	2
2022-11	60	2
2022-12	58	2
2023-01	54	2
2023-02	63	2
2023-03	54	2
2023-04	50	2
2023-05	47	2
2023-06	47	2
2023-07	48	2
2023-08	47	2
2023-09	47	2
2023-10	53	2
2023-11	52	2
2023-12	57	2

## 74. Superman

month	mickey mouse	Superman
2018-01	62	76
2018-02	61	77

2018-03	57	75
2018-04	57	76
2018-05	56	80
2018-06	52	79
2018-07	52	81
2018-08	57	79
2018-09	58	85
2018-10	62	77
2018-11	81	69
2018-12	72	75
2019-01	60	80
2019-02	59	67
2019-03	55	67
2019-04	49	72
2019-05	48	69
2019-06	49	65
2019-07	49	64
2019-08	49	61
2019-09	48	58
2019-10	52	64
2019-11	59	58
2019-12	55	65
2020-01	52	59
2020-02	54	62
2020-03	46	63
2020-04	49	70
2020-05	49	77
2020-06	49	66
2020-07	52	69
2020-08	49	62
2020-09	47	62
2020-10	52	69
2020-11	52	54
2020-12	53	56

## 74. Superman(ต่อ)

month	mickey mouse	Superman
2021-01	46	59
2021-02	44	67



2021-03	42	100
2021-04	44	74
2021-05	43	68
2021-06	42	69
2021-07	44	65
2021-08	43	71
2021-09	43	58
2021-10	51	69
2021-11	55	52
2021-12	56	57
2022-01	50	74
2022-02	45	66
2022-03	43	70
2022-04	48	67
2022-05	40	61
2022-06	41	67
2022-07	45	70
2022-08	43	66
2022-09	43	55
2022-10	45	67
2022-11	49	61
2022-12	47	69
2023-01	44	58
2023-02	51	58
2023-03	44	58
2023-04	41	65
2023-05	38	60
2023-06	38	85
2023-07	39	94
2023-08	38	71
2023-09	38	54
2023-10	43	51
2023-11	42	51
2023-12	46	56

## 75. Cinderella

month	mickey mouse	Cinderella
2018-01	61	43
2018-02	60	42
2018-03	57	43

2018-04	56	42
2018-05	56	44
2018-06	52	40
2018-07	52	39
2018-08	56	41
2018-09	57	46
2018-10	62	44
2018-11	81	45
2018-12	71	49
2019-01	60	44
2019-02	57	45
2019-03	55	44
2019-04	49	40
2019-05	47	43
2019-06	47	39
2019-07	48	43
2019-08	46	39
2019-09	48	40
2019-10	52	39
2019-11	59	41
2019-12	54	49
2020-01	51	40
2020-02	53	38
2020-03	45	36
2020-04	47	42
2020-05	49	40
2020-06	48	38
2020-07	52	40
2020-08	48	37
2020-09	47	40
2020-10	51	35
2020-11	52	34
2020-12	52	38

## 75. Cinderella(ต๋อ)

month	mickey mouse	Cinderella
2021-01	46	34
2021-02	43	37
2021-03	42	31
2021-04	43	33

2021-05	43	34
2021-06	41	32
2021-07	44	37
2021-08	43	44
2021-09	43	100
2021-10	51	44
2021-11	54	38
2021-12	55	42
2022-01	50	39
2022-02	44	37
2022-03	42	37
2022-04	47	35
2022-05	39	35
2022-06	41	34
2022-07	45	33
2022-08	42	38
2022-09	43	36
2022-10	44	35
2022-11	48	32
2022-12	47	34
2023-01	44	31
2023-02	51	33
2023-03	43	34
2023-04	40	34
2023-05	38	33
2023-06	38	33
2023-07	38	32
2023-08	38	33
2023-09	38	34
2023-10	43	33
2023-11	42	35
2023-12	46	36

## 76. Simba The Lion King

month	mickey mouse	Simba The Lion King
2018-01	76	1
2018-02	74	0
2018-03	70	1
2018-04	70	0
2018-05	69	0

2018-06	64	0
2018-07	64	0
2018-08	70	0
2018-09	71	0
2018-10	76	0
2018-11	100	1
2018-12	88	1
2019-01	74	1
2019-02	71	1
2019-03	68	1
2019-04	60	1
2019-05	59	1
2019-06	59	1
2019-07	60	4
2019-08	57	2
2019-09	59	1
2019-10	64	1
2019-11	73	1
2019-12	67	1
2020-01	63	1
2020-02	66	1
2020-03	56	1
2020-04	59	1
2020-05	60	1
2020-06	60	1
2020-07	64	1
2020-08	59	1
2020-09	58	1
2020-10	63	1
2020-11	64	0
2020-12	65	1

## 76. Simba The Lion King(ต่อ)

month	mickey mouse	Simba The Lion King
2021-01	57	1
2021-02	54	1
2021-03	52	0
2021-04	54	0
2021-05	53	0

2021-06	51	0
2021-07	55	0
2021-08	53	0
2021-09	53	0
2021-10	63	0
2021-11	67	0
2021-12	69	0
2022-01	61	0
2022-02	55	0
2022-03	53	0
2022-04	59	0
2022-05	49	0
2022-06	51	0
2022-07	55	0
2022-08	53	0
2022-09	53	0
2022-10	55	0
2022-11	60	0
2022-12	58	0
2023-01	54	0
2023-02	63	0
2023-03	54	1
2023-04	50	1
2023-05	47	0
2023-06	47	0
2023-07	48	0
2023-08	47	0
2023-09	47	0
2023-10	53	0
2023-11	52	0
2023-12	57	0

### 77. Cinnamonroll

month	mickey mouse	Cinnamonroll
2018-01	76	0
2018-02	74	0
2018-03	70	0
2018-04	70	0
2018-05	69	0

2018-06	64	0
2018-07	64	0
2018-08	70	0
2018-09	71	0
2018-10	76	0
2018-11	100	0
2018-12	88	0
2019-01	74	0
2019-02	71	0
2019-03	68	0
2019-04	60	0
2019-05	59	0
2019-06	59	0
2019-07	60	0
2019-08	57	0
2019-09	59	0
2019-10	64	0
2019-11	73	0
2019-12	67	0
2020-01	63	0
2020-02	66	0
2020-03	56	0
2020-04	59	0
2020-05	60	0
2020-06	60	0
2020-07	64	0
2020-08	59	0
2020-09	58	0
2020-10	63	0
2020-11	64	0
2020-12	65	0

## 77. Cinnamonroll(ต่อ)

month	mickey mouse	Cinnamonroll
2021-01	57	0
2021-02	54	0
2021-03	52	0
2021-04	54	0
2021-05	53	0
2021-06	51	0

2021-07	55	0
2021-08	53	0
2021-09	53	0
2021-10	63	0
2021-11	67	0
2021-12	69	0
2022-01	61	0
2022-02	55	0
2022-03	53	0
2022-04	59	0
2022-05	49	0
2022-06	51	0
2022-07	55	0
2022-08	53	0
2022-09	53	0
2022-10	55	0
2022-11	60	0
2022-12	58	0
2023-01	54	0
2023-02	63	0
2023-03	54	0
2023-04	50	1
2023-05	47	1
2023-06	47	1
2023-07	48	1
2023-08	47	1
2023-09	47	1
2023-10	53	1
2023-11	52	1
2023-12	57	1

## 78. James P. Sullivan

month	mickey mouse	James P. Sullivan
2018-01	76	0
2018-02	77	0
2018-03	75	0
2018-04	71	0
2018-05	70	0
2018-06	66	0

2018-07	67	0
2018-08	68	0
2018-09	71	0
2018-10	78	0
2018-11	100	0
2018-12	85	0
2019-01	73	0
2019-02	71	0
2019-03	67	0
2019-04	63	0
2019-05	59	0
2019-06	61	0
2019-07	62	0
2019-08	59	0
2019-09	61	0
2019-10	65	0
2019-11	72	0
2019-12	68	0
2020-01	66	0
2020-02	67	0
2020-03	59	0
2020-04	62	0
2020-05	63	0
2020-06	62	0
2020-07	66	0
2020-08	61	0
2020-09	58	0
2020-10	64	0
2020-11	65	0
2020-12	64	0

## 78. James P. Sullivan(ต่อ)

month	mickey mouse	James P. Sullivan
2021-01	58	0
2021-02	56	0
2021-03	56	0
2021-04	55	0
2021-05	54	0
2021-06	52	0



2021-07	56	0
2021-08	53	0
2021-09	55	0
2021-10	62	0
2021-11	70	0
2021-12	68	0
2022-01	61	0
2022-02	57	0
2022-03	54	0
2022-04	53	0
2022-05	55	0
2022-06	52	0
2022-07	55	0
2022-08	52	0
2022-09	54	0
2022-10	54	0
2022-11	59	0
2022-12	60	0
2023-01	51	0
2023-02	64	0
2023-03	54	0
2023-04	53	0
2023-05	47	0
2023-06	49	0
2023-07	46	0
2023-08	47	0
2023-09	47	0
2023-10	54	0
2023-11	54	0
2023-12	57	0

## 79. Chimmy BT21

month	wicket number	Chimmy BT21
2018-01	76	0
2018-02	74	0
2018-03	70	0
2018-04	70	0
2018-05	69	0

2018-06	64	0
2018-07	64	0
2018-08	70	0
2018-09	71	0
2018-10	76	1
2018-11	100	1
2018-12	88	1
2019-01	74	1
2019-02	71	1
2019-03	68	0
2019-04	60	1
2019-05	59	1
2019-06	59	1
2019-07	60	1
2019-08	57	1
2019-09	59	1
2019-10	64	1
2019-11	73	1
2019-12	67	1
2020-01	63	1
2020-02	66	1
2020-03	56	1
2020-04	59	1
2020-05	60	1
2020-06	60	1
2020-07	64	1
2020-08	59	1
2020-09	58	1
2020-10	63	1
2020-11	64	1
2020-12	65	1

## 79. Chimmy BT21(ຕໍ່ໄປ)

month	mickey mouse	Chimmy bt21
2021-01	57	1
2021-02	54	1
2021-03	52	1
2021-04	54	0
2021-05	53	1

2021-06	51	0
2021-07	55	0
2021-08	53	0
2021-09	53	0
2021-10	63	0
2021-11	67	0
2021-12	69	1
2022-01	61	1
2022-02	55	0
2022-03	53	1
2022-04	59	1
2022-05	49	0
2022-06	51	0
2022-07	55	0
2022-08	53	0
2022-09	53	0
2022-10	55	0
2022-11	60	0
2022-12	58	0
2023-01	54	0
2023-02	63	0
2023-03	54	0
2023-04	50	0
2023-05	47	0
2023-06	47	0
2023-07	48	0
2023-08	47	0
2023-09	47	0
2023-10	53	0
2023-11	52	0
2023-12	57	0

## 80. Monkey D. Luffy

month	mickey mouse	Monkey D. Luffy
2018-01	76	0
2018-02	74	0
2018-03	70	0
2018-04	70	0
2018-05	69	0
2018-06	64	0

2018-07	64	0
2018-08	70	0
2018-09	71	0
2018-10	76	0
2018-11	100	0
2018-12	88	0
2019-01	74	0
2019-02	71	0
2019-03	68	0
2019-04	60	0
2019-05	59	0
2019-06	59	0
2019-07	60	0
2019-08	57	0
2019-09	59	0
2019-10	64	0
2019-11	73	0
2019-12	67	0
2020-01	63	0
2020-02	66	0
2020-03	56	0
2020-04	59	0
2020-05	60	0
2020-06	60	0
2020-07	64	0
2020-08	59	0
2020-09	58	0
2020-10	63	0
2020-11	64	0
2020-12	65	0

## 80. Monkey D. Luffy(ต๋อ)

month	mickey mouse	Monkey D. Luffy
2021-01	57	0
2021-02	54	0
2021-03	52	0
2021-04	54	0
2021-05	53	0
2021-06	51	0

2021-07	55	0
2021-08	53	0
2021-09	53	0
2021-10	63	0
2021-11	67	0
2021-12	69	0
2022-01	61	0
2022-02	55	0
2022-03	53	0
2022-04	59	0
2022-05	49	0
2022-06	51	0
2022-07	55	0
2022-08	53	0
2022-09	53	0
2022-10	55	0
2022-11	60	0
2022-12	58	0
2023-01	54	0
2023-02	63	0
2023-03	54	0
2023-04	50	0
2023-05	47	0
2023-06	47	0
2023-07	48	0
2023-08	47	0
2023-09	47	1
2023-10	53	0
2023-11	52	0
2023-12	57	0

## 81. Joker

month	mickey mouse	Joker
2018-01	6	7
2018-02	5	7
2018-03	5	6
2018-04	5	6
2018-05	5	6
2018-06	5	6
2018-07	5	7

2018-08	5	7
2018-09	5	11
2018-10	6	10
2018-11	7	8
2018-12	6	8
2019-01	5	8
2019-02	5	8
2019-03	5	8
2019-04	4	13
2019-05	4	7
2019-06	4	7
2019-07	4	8
2019-08	4	11
2019-09	4	24
2019-10	5	100
2019-11	5	36
2019-12	5	21
2020-01	5	22
2020-02	5	23
2020-03	4	15
2020-04	4	14
2020-05	4	12
2020-06	4	11
2020-07	5	11
2020-08	4	11
2020-09	4	11
2020-10	5	12
2020-11	5	10
2020-12	5	9

## 81. Joker(ต่อ)

month	mickey mouse	Joker
2021-01	4	9
2021-02	4	9
2021-03	4	9
2021-04	4	9
2021-05	4	9
2021-06	4	9
2021-07	4	9

2021-08	4	10
2021-09	4	8
2021-10	5	11
2021-11	5	8
2021-12	5	7
2022-01	5	8
2022-02	4	9
2022-03	4	12
2022-04	4	10
2022-05	4	8
2022-06	4	8
2022-07	4	8
2022-08	4	8
2022-09	4	7
2022-10	4	9
2022-11	4	7
2022-12	4	7
2023-01	4	8
2023-02	5	8
2023-03	4	7
2023-04	4	7
2023-05	3	7
2023-06	3	7
2023-07	4	7
2023-08	3	7
2023-09	3	7
2023-10	4	9
2023-11	4	7
2023-12	4	7

## 82. Jack sparrow

month	mickey mouse	Jack sparrow
2018-01	76	9
2018-02	74	9
2018-03	70	8
2018-04	70	8
2018-05	69	7
2018-06	64	8

2018-07	64	7
2018-08	70	7
2018-09	71	7
2018-10	76	9
2018-11	100	8
2018-12	88	7
2019-01	74	8
2019-02	71	8
2019-03	68	8
2019-04	60	6
2019-05	59	6
2019-06	59	6
2019-07	60	6
2019-08	57	7
2019-09	59	7
2019-10	64	9
2019-11	73	8
2019-12	67	9
2020-01	63	8
2020-02	66	9
2020-03	56	8
2020-04	59	12
2020-05	60	10
2020-06	60	12
2020-07	64	12
2020-08	59	11
2020-09	58	10
2020-10	63	11
2020-11	64	10
2020-12	65	10

## 82. Jack sparrow(ต่อ)

month	mickey mouse	Jack sparrow
2021-01	57	10
2021-02	54	9
2021-03	52	8
2021-04	54	8
2021-05	53	8
2021-06	51	10
2021-07	55	9
2021-08	53	8



2021-09	53	7
2021-10	63	9
2021-11	67	6
2021-12	69	6
2022-01	61	8
2022-02	55	8
2022-03	53	7
2022-04	59	15
2022-05	49	25
2022-06	51	24
2022-07	55	13
2022-08	53	11
2022-09	53	10
2022-10	55	12
2022-11	60	8
2022-12	58	8
2023-01	54	8
2023-02	63	8
2023-03	54	7
2023-04	50	7
2023-05	47	7
2023-06	47	8
2023-07	48	8
2023-08	47	9
2023-09	47	9
2023-10	53	10
2023-11	52	7
2023-12	57	7

### 83. Jerry (Tom and Jerry)

month	mickey mouse	Jerry Tom and Jerry
2018-01	76	29
2018-02	74	26
2018-03	70	28
2018-04	70	31
2018-05	69	35
2018-06	64	32
2018-07	64	34
2018-08	70	37
2018-09	71	39

2018-10	76	38
2018-11	100	35
2018-12	88	39
2019-01	74	36
2019-02	71	34
2019-03	68	38
2019-04	60	40
2019-05	59	38
2019-06	59	36
2019-07	60	33
2019-08	57	30
2019-09	59	28
2019-10	64	28
2019-11	72	28
2019-12	67	28
2020-01	63	26
2020-02	66	27
2020-03	56	27
2020-04	59	36
2020-05	60	32
2020-06	60	28
2020-07	64	27
2020-08	59	29
2020-09	58	27
2020-10	63	24
2020-11	64	30
2020-12	65	28

### 83.Jerry (Tom and Jerry)(ตุ๊ก)

month	mickey mouse	Jerry Tom and Jerry
2021-01	57	26
2021-02	54	62
2021-03	52	61
2021-04	54	37
2021-05	53	31
2021-06	51	28
2021-07	55	27
2021-08	53	24

2021-09	53	21
2021-10	63	21
2021-11	67	21
2021-12	69	23
2022-01	61	22
2022-02	55	21
2022-03	53	21
2022-04	59	22
2022-05	49	22
2022-06	51	21
2022-07	55	22
2022-08	53	23
2022-09	53	20
2022-10	55	19
2022-11	60	21
2022-12	58	23
2023-01	54	21
2023-02	63	20
2023-03	54	19
2023-04	50	19
2023-05	47	19
2023-06	47	20
2023-07	48	19
2023-08	47	19
2023-09	47	18
2023-10	53	18
2023-11	52	18
2023-12	57	20

## 84. Jame bond

month	mickey mouse	Jame bond
2018-01	76	0
2018-02	74	0
2018-03	70	0
2018-04	70	0
2018-05	69	0
2018-06	64	0

2018-07	64	0
2018-08	70	0
2018-09	71	0
2018-10	76	0
2018-11	100	0
2018-12	88	0
2019-01	74	0
2019-02	71	0
2019-03	68	0
2019-04	60	0
2019-05	59	0
2019-06	59	0
2019-07	60	0
2019-08	57	0
2019-09	59	0
2019-10	64	0
2019-11	73	0
2019-12	67	0
2020-01	63	0
2020-02	66	0
2020-03	56	0
2020-04	59	0
2020-05	60	0
2020-06	60	0
2020-07	64	0
2020-08	59	0
2020-09	58	0
2020-10	63	0
2020-11	64	0
2020-12	65	0

## 84. Jame bond(ต่อ)

month	mickey mouse	Jame bond
2021-01	57	0
2021-02	54	0
2021-03	52	0
2021-04	54	0
2021-05	53	0
2021-06	51	0
2021-07	55	0
2021-08	53	0
2021-09	53	0
2021-10	63	1

2021-11	67	0
2021-12	69	0
2022-01	61	0
2022-02	55	0
2022-03	53	0
2022-04	59	0
2022-05	49	0
2022-06	51	0
2022-07	55	0
2022-08	53	0
2022-09	53	0
2022-10	55	0
2022-11	60	0
2022-12	59	0
2023-01	54	0
2023-02	63	0
2023-03	54	0
2023-04	50	0
2023-05	47	0
2023-06	47	0
2023-07	48	0
2023-08	47	0
2023-09	47	0
2023-10	53	0
2023-11	52	0
2023-12	47	0

## 85. Judy Hopps

month	mickey mouse	Judy Hopps
2018-01	76	1
2018-02	74	1
2018-03	70	1
2018-04	70	1
2018-05	69	1
2018-06	64	1
2018-07	64	1
2018-08	70	1

2018-09	71	1
2018-10	76	1
2018-11	100	1
2018-12	88	1
2019-01	74	1
2019-02	71	1
2019-03	68	1
2019-04	60	1
2019-05	59	1
2019-06	59	1
2019-07	60	1
2019-08	57	1
2019-09	59	1
2019-10	64	1
2019-11	73	1
2019-12	67	1
2020-01	63	1
2020-02	66	1
2020-03	56	1
2020-04	59	1
2020-05	60	1
2020-06	60	1
2020-07	64	1
2020-08	59	1
2020-09	58	1
2020-10	63	1
2020-11	64	1
2020-12	65	1

## 85. Judy Hopps(ตุ๊ก)

month	mickey mouse	Judy Hopps
2021-01	57	1
2021-02	54	1
2021-03	52	2
2021-04	54	1
2021-05	53	1
2021-06	51	2
2021-07	55	2

2021-08	53	2
2021-09	53	2
2021-10	63	1
2021-11	67	1
2021-12	69	1
2022-01	61	1
2022-02	55	1
2022-03	53	1
2022-04	59	1
2022-05	49	1
2022-06	51	1
2022-07	55	1
2022-08	53	1
2022-09	53	1
2022-10	55	1
2022-11	60	1
2022-12	58	1
2023-01	54	1
2023-02	63	1
2023-03	54	1
2023-04	50	1
2023-05	47	1
2023-06	47	1
2023-07	48	1
2023-08	47	1
2023-09	47	1
2023-10	53	1
2023-11	52	1
2023-12	57	1

## 86. Ken

month	mickey mouse	Ken
2018-01	76	9
2018-02	74	8
2018-03	70	7
2018-04	70	7
2018-05	69	12
2018-06	64	6
2018-07	64	6
2018-08	70	7

2018-09	71	5
2018-10	76	6
2018-11	100	6
2018-12	88	7
2019-01	74	6
2019-02	71	5
2019-03	68	5
2019-04	60	5
2019-05	59	5
2019-06	59	5
2019-07	60	5
2019-08	57	5
2019-09	59	5
2019-10	64	6
2019-11	73	6
2019-12	67	7
2020-01	63	11
2020-02	66	7
2020-03	56	6
2020-04	59	7
2020-05	60	9
2020-06	60	8
2020-07	64	8
2020-08	59	9
2020-09	58	7
2020-10	63	8
2020-11	64	9
2020-12	65	9

## 86. Ken(ต่อ)

month	mickey mouse	Ken
2021-01	57	8
2021-02	54	7
2021-03	52	7
2021-04	54	7
2021-05	53	7
2021-06	51	6
2021-07	55	6
2021-08	53	6
2021-09	53	6



2021-10	63	7
2021-11	67	6
2021-12	69	7
2022-01	61	7
2022-02	55	6
2022-03	53	5
2022-04	59	5
2022-05	49	5
2022-06	51	13
2022-07	55	12
2022-08	53	8
2022-09	53	7
2022-10	55	7
2022-11	60	6
2022-12	58	7
2023-01	54	7
2023-02	63	6
2023-03	54	5
2023-04	50	10
2023-05	47	7
2023-06	47	10
2023-07	48	64
2023-08	47	50
2023-09	47	25
2023-10	53	26
2023-11	52	13
2023-12	57	17

## 87. Cooky BT21

month	mickey mouse	Cooky BT21
2018-01	76	0
2018-02	74	0
2018-03	70	0
2018-04	70	0
2018-05	69	0
2018-06	64	0
2018-07	64	0
2018-08	70	0
2018-09	71	1
2018-10	76	0
2018-11	100	1

2018-12	88	1
2019-01	74	1
2019-02	71	1
2019-03	68	1
2019-04	60	1
2019-05	59	1
2019-06	59	1
2019-07	60	1
2019-08	57	1
2019-09	59	1
2019-10	64	1
2019-11	73	1
2019-12	67	1
2020-01	63	1
2020-02	66	1
2020-03	56	1
2020-04	59	1
2020-05	60	1
2020-06	60	1
2020-07	64	1
2020-08	59	1
2020-09	58	1
2020-10	63	1
2020-11	64	1
2020-12	65	1

## 87. Cooky BT21(ต๋๑)

month	mickey mouse	Cooky BT21
2021-01	57	1
2021-02	54	0
2021-03	52	0
2021-04	54	0
2021-05	53	0
2021-06	51	0
2021-07	55	0
2021-08	53	1
2021-09	53	1
2021-10	63	0
2021-11	67	0
2021-12	69	1

2022-01	61	1
2022-02	55	1
2022-03	53	1
2022-04	59	1
2022-05	49	1
2022-06	51	1
2022-07	55	0
2022-08	53	0
2022-09	53	0
2022-10	55	0
2022-11	60	0
2022-12	58	0
2023-01	54	0
2023-02	63	0
2023-03	54	0
2023-04	50	0
2023-05	47	0
2023-06	47	0
2023-07	48	0
2023-08	47	0
2023-09	47	0
2023-10	53	0
2023-11	52	0
2023-12	57	0

## 88. Carl Fredricksen

month	mickey mouse	Carl Fredricksen
2018-01	76	0
2018-02	74	0
2018-03	70	0
2018-04	70	0
2018-05	69	1
2018-06	64	0
2018-07	64	0
2018-08	70	0
2018-09	71	0
2018-10	76	1
2018-11	100	0

2018-12	88	0
2019-01	74	0
2019-02	71	0
2019-03	68	0
2019-04	60	0
2019-05	59	0
2019-06	59	1
2019-07	60	1
2019-08	57	1
2019-09	59	1
2019-10	64	1
2019-11	73	1
2019-12	67	1
2020-01	63	1
2020-02	66	1
2020-03	56	1
2020-04	59	1
2020-05	60	0
2020-06	60	0
2020-07	64	0
2020-08	59	0
2020-09	58	1
2020-10	63	1
2020-11	64	1
2020-12	65	0

## 88. Carl Fredricksen(ต่อ)

month	mickey mouse	Carl Fredricksen
2021-01	57	1
2021-02	54	1
2021-03	52	1
2021-04	54	1
2021-05	53	1
2021-06	51	0
2021-07	55	0
2021-08	53	1
2021-09	53	1
2021-10	63	1
2021-11	67	0

2021-12	69	0
2022-01	61	0
2022-02	55	1
2022-03	53	1
2022-04	59	1
2022-05	49	1
2022-06	51	1
2022-07	55	0
2022-08	53	1
2022-09	53	1
2022-10	55	1
2022-11	60	1
2022-12	58	0
2023-01	54	1
2023-02	63	1
2023-03	54	0
2023-04	50	1
2023-05	47	1
2023-06	47	2
2023-07	48	1
2023-08	47	1
2023-09	47	0
2023-10	53	1
2023-11	52	0
2023-12	57	1

## 89. Clinton Barton

month	mickey mouse	Clinton Barton
2018-01	76	6
2018-02	74	6
2018-03	70	9
2018-04	70	16
2018-05	69	18
2018-06	64	9
2018-07	64	8
2018-08	70	7
2018-09	71	7
2018-10	76	5
2018-11	100	5
2018-12	88	20
2019-01	74	8

2019-02	71	7
2019-03	68	11
2019-04	60	25
2019-05	59	28
2019-06	59	12
2019-07	60	12
2019-08	57	12
2019-09	59	9
2019-10	64	7
2019-11	73	7
2019-12	67	7
2020-01	63	7
2020-02	66	6
2020-03	56	6
2020-04	59	9
2020-05	60	9
2020-06	60	7
2020-07	64	7
2020-08	59	7
2020-09	58	7
2020-10	63	6
2020-11	64	6
2020-12	65	9

## 89. Clinton Barton(ต่อ)

month	mickey mouse	Clinton Barton
2021-01	57	8
2021-02	54	9
2021-03	52	9
2021-04	54	7
2021-05	53	6
2021-06	51	5
2021-07	55	10
2021-08	53	6
2021-09	53	6
2021-10	63	5
2021-11	67	14
2021-12	69	31

2022-01	61	15
2022-02	55	7
2022-03	53	5
2022-04	59	4
2022-05	49	5
2022-06	51	4
2022-07	55	4
2022-08	53	3
2022-09	53	2
2022-10	55	3
2022-11	60	2
2022-12	59	2
2023-01	54	10
2023-02	43	3
2023-03	54	3
2023-04	59	5
2023-05	47	3
2023-06	47	4
2023-07	48	3
2023-08	47	1
2023-09	47	3
2023-10	53	1
2023-11	52	3
2023-12	57	1

## 90.Khaby Lama

month	mickey mouse	Khaby Lama
2018-01	76	0
2018-02	74	0
2018-03	70	0
2018-04	70	0
2018-05	69	0
2018-06	64	0
2018-07	64	0
2018-08	70	0
2018-09	71	0
2018-10	76	0
2018-11	100	0

2018-12	88	0
2019-01	74	0
2019-02	71	0
2019-03	68	0
2019-04	60	0
2019-05	59	0
2019-06	59	0
2019-07	60	0
2019-08	57	0
2019-09	59	0
2019-10	64	0
2019-11	73	0
2019-12	67	0
2020-01	63	0
2020-02	66	0
2020-03	56	0
2020-04	59	0
2020-05	60	0
2020-06	60	0
2020-07	64	0
2020-08	59	0
2020-09	58	0
2020-10	63	0
2020-11	64	0
2020-12	65	0

## 90.Khaby Lame(ตุ๊ก)

month	mickey mouse	Khaby Lame
2021-01	57	0
2021-02	54	0
2021-03	52	0
2021-04	54	1
2021-05	53	6
2021-06	51	8
2021-07	55	8
2021-08	53	11
2021-09	53	9
2021-10	63	8
2021-11	67	6
2021-12	69	5
2022-01	61	5







2022-02	55	0
2022-03	53	0
2022-04	59	0
2022-05	49	0
2022-06	51	0
2022-07	55	0
2022-08	53	0
2022-09	53	0
2022-10	55	0
2022-11	60	0
2022-12	58	0
2023-01	54	0
2023-02	63	0
2023-03	54	0
2023-04	50	0
2023-05	47	0
2023-06	47	0
2023-07	48	0
2023-08	47	0
2023-09	47	0
2023-10	53	0
2023-11	52	0
2023-12	57	0

## 92. Gintama

month	mickey mouse	Gintama
2018-01	76	12
2018-02	74	11
2018-03	70	10
2018-04	70	8
2018-05	69	7
2018-06	64	8
2018-07	64	10
2018-08	70	11
2018-09	71	9
2018-10	76	8
2018-11	100	6
2018-12	88	7
2019-01	74	7

2019-02	71	6
2019-03	68	6
2019-04	60	6
2019-05	59	6
2019-06	59	8
2019-07	60	7
2019-08	57	6
2019-09	59	5
2019-10	64	5
2019-11	73	5
2019-12	67	5
2020-01	63	5
2020-02	66	5
2020-03	56	6
2020-04	59	9
2020-05	60	9
2020-06	60	9
2020-07	64	9
2020-08	59	8
2020-09	58	7
2020-10	63	8
2020-11	64	8
2020-12	65	8

## 92. Gintama(ต่อ)

month	micky mouse	Gintama
2021-01	57	10
2021-02	54	8
2021-03	52	7
2021-04	54	7
2021-05	53	7
2021-06	51	7
2021-07	55	8
2021-08	53	8
2021-09	53	6
2021-10	63	6
2021-11	67	6
2021-12	69	6
2022-01	61	7

2022-02	55	8
2022-03	53	8
2022-04	59	8
2022-05	49	7
2022-06	51	7
2022-07	55	7
2022-08	53	6
2022-09	53	5
2022-10	55	5
2022-11	60	5
2022-12	58	5
2023-01	54	5
2023-02	63	5
2023-03	54	5
2023-04	50	5
2023-05	47	4
2023-06	47	5
2023-07	48	5
2023-08	47	5
2023-09	47	4
2023-10	53	4
2023-11	52	4
2023-12	57	4

## 93. Garfield

month	mickey mouse	Garfield
2018-01	41	17
2018-02	39	18
2018-03	37	18
2018-04	36	18
2018-05	37	19
2018-06	33	18
2018-07	34	16
2018-08	35	17
2018-09	38	17
2018-10	40	17
2018-11	51	18
2018-12	44	16
2019-01	38	17
2019-02	36	17
2019-03	34	17

2019-04	32	18
2019-05	30	19
2019-06	30	17
2019-07	32	19
2019-08	30	19
2019-09	32	19
2019-10	32	18
2019-11	38	17
2019-12	34	16
2020-01	32	17
2020-02	33	16
2020-03	29	16
2020-04	33	18
2020-05	32	18
2020-06	30	18
2020-07	34	17
2020-08	30	17
2020-09	29	16
2020-10	33	19
2020-11	34	16
2020-12	33	20
2021-01	28	16

## 93. Garfield(ต่อ)

month	mickey mouse	Garfield
2021-02	28	17
2021-03	28	16
2021-04	30	17
2021-05	27	17
2021-06	27	17
2021-07	28	17
2021-08	28	23
2021-09	28	23
2021-10	31	19
2021-11	34	34
2021-12	35	100
2022-01	32	75
2022-02	30	35

2022-03	27	37
2022-04	29	33
2022-05	27	25
2022-06	26	25
2022-07	28	23
2022-08	27	24
2022-09	27	21
2022-10	28	19
2022-11	29	19
2022-12	30	19
2023-01	27	22
2023-02	33	20
2023-03	28	19
2023-04	26	19
2023-05	25	19
2023-06	24	21
2023-07	24	23
2023-08	24	22
2023-09	24	19
2023-10	27	18
2023-11	28	25
2023-12	29	22

## 94. Captain America

month	mickey mouse	Captain America
2018-01	52	22
2018-02	51	33
2018-03	49	39
2018-04	48	47
2018-05	48	68
2018-06	44	34
2018-07	45	31
2018-08	48	30
2018-09	49	28
2018-10	53	27
2018-11	69	22
2018-12	61	28
2019-01	51	25

2019-02	49	23
2019-03	47	36
2019-04	42	79
2019-05	41	100
2019-06	41	39
2019-07	41	35
2019-08	39	37
2019-09	41	26
2019-10	45	23
2019-11	51	25
2019-12	46	24
2020-01	44	28
2020-02	46	22
2020-03	39	23
2020-04	41	37
2020-05	42	33
2020-06	41	29
2020-07	44	29
2020-08	41	24
2020-09	40	30
2020-10	44	22
2020-11	45	21
2020-12	45	23

## 94. Captain America(ต่อ)

month	mickey mouse	Captain America
2021-01	39	26
2021-02	37	29
2021-03	36	43
2021-04	37	58
2021-05	37	32
2021-06	36	26
2021-07	38	32
2021-08	37	29
2021-09	37	22
2021-10	44	24
2021-11	47	19
2021-12	47	27
2022-01	43	34



2022-02	38	23
2022-03	36	21
2022-04	41	20
2022-05	34	25
2022-06	35	22
2022-07	38	25
2022-08	36	21
2022-09	37	18
2022-10	38	17
2022-11	42	17
2022-12	40	16
2023-01	37	15
2023-02	44	17
2023-03	37	15
2023-04	35	15
2023-05	32	16
2023-06	33	17
2023-07	33	18
2023-08	33	14
2023-09	32	14
2023-10	37	15
2023-11	36	15
2023-12	39	15

## 95. Captain Marvel

month	mickey mouse	Captain Marvel
2018-01	13	2
2018-02	13	2
2018-03	12	3
2018-04	12	18
2018-05	12	22
2018-06	11	5
2018-07	11	5
2018-08	12	7
2018-09	13	15
2018-10	14	4
2018-11	18	4
2018-12	16	10
2019-01	13	9

2019-02	13	18
2019-03	12	100
2019-04	11	49
2019-05	10	28
2019-06	10	15
2019-07	11	9
2019-08	10	7
2019-09	10	5
2019-10	11	4
2019-11	13	4
2019-12	12	4
2020-01	11	4
2020-02	12	3
2020-03	10	4
2020-04	10	5
2020-05	11	4
2020-06	11	3
2020-07	11	3
2020-08	10	3
2020-09	10	3
2020-10	11	2
2020-11	11	2
2020-12	11	3

## 95. Captain Marvel(ต่อ)

month	mickey mouse	Captain Marvel
2021-01	10	4
2021-02	10	5
2021-03	9	5
2021-04	10	4
2021-05	9	3
2021-06	9	3
2021-07	10	4
2021-08	9	3
2021-09	9	3
2021-10	11	3
2021-11	12	3
2021-12	12	3
2022-01	11	4

2022-02	10	3
2022-03	9	3
2022-04	10	3
2022-05	9	3
2022-06	9	3
2022-07	10	3
2022-08	9	2
2022-09	9	2
2022-10	10	2
2022-11	11	2
2022-12	10	2
2023-01	10	2
2023-02	11	2
2023-03	9	2
2023-04	9	2
2023-05	8	2
2023-06	8	2
2023-07	8	2
2023-08	8	1
2023-09	8	1
2023-10	9	2
2023-11	9	3
2023-12	10	2

## 96. I am groot

month	mickey mouse	I am groot
2018-01	76	1
2018-02	74	1
2018-03	70	1
2018-04	69	1
2018-05	69	3
2018-06	64	1
2018-07	64	1
2018-08	70	1
2018-09	71	1
2018-10	76	1
2018-11	100	1
2018-12	88	1
2019-01	74	1
2019-02	71	1
2019-03	68	1

2019-04	60	1
2019-05	59	1
2019-06	59	1
2019-07	60	0
2019-08	57	1
2019-09	59	1
2019-10	64	0
2019-11	73	0
2019-12	67	0
2020-01	63	0
2020-02	66	0
2020-03	56	0
2020-04	59	1
2020-05	60	0
2020-06	60	0
2020-07	64	0
2020-08	59	0
2020-09	58	1
2020-10	63	0
2020-11	64	0
2020-12	65	1

## 96. I am groot(ต่อ)

month	mickey mouse	I am groot
2021-01	57	0
2021-02	54	0
2021-03	52	0
2021-04	54	0
2021-05	53	0
2021-06	51	0
2021-07	55	0
2021-08	53	0
2021-09	53	0
2021-10	63	0
2021-11	67	1
2021-12	69	0
2022-01	61	1
2022-02	55	1

2022-03	53	0
2022-04	59	1
2022-05	49	1
2022-06	51	1
2022-07	55	3
2022-08	53	16
2022-09	53	3
2022-10	55	2
2022-11	60	1
2022-12	58	1
2023-01	54	1
2023-02	63	1
2023-03	54	1
2023-04	50	1
2023-05	47	2
2023-06	47	1
2023-07	48	1
2023-08	47	1
2023-09	47	2
2023-10	53	1
2023-11	52	1
2023-12	57	1

## 97.Eleven (Stranger thing)

month	mickey mouse	Eleven Stranger thing
2018-01	76	0
2018-02	74	0
2018-03	70	0
2018-04	69	0
2018-05	69	0
2018-06	64	0
2018-07	64	0
2018-08	70	0
2018-09	71	0
2018-10	76	0
2018-11	100	0
2018-12	88	0
2019-01	74	0
2019-02	71	0
2019-03	68	0

2019-04	60	0
2019-05	59	0
2019-06	59	0
2019-07	60	0
2019-08	57	0
2019-09	59	0
2019-10	64	0
2019-11	73	0
2019-12	67	0
2020-01	63	0
2020-02	66	0
2020-03	56	0
2020-04	59	0
2020-05	60	0
2020-06	60	0
2020-07	64	0
2020-08	59	0
2020-09	58	0
2020-10	63	0
2020-11	64	0
2020-12	65	0

## 97.Eleven (Stranger thing)(ต่อ)

month	mickey mouse	Eleven Stranger thing
2021-01	57	0
2021-02	54	0
2021-03	52	0
2021-04	54	0
2021-05	53	0
2021-06	51	0
2021-07	55	0
2021-08	53	0
2021-09	53	0
2021-10	63	0
2021-11	67	0
2021-12	69	0
2022-01	61	0
2022-02	55	0

2022-03	53	0
2022-04	59	0
2022-05	49	0
2022-06	51	0
2022-07	55	0
2022-08	53	0
2022-09	53	0
2022-10	55	0
2022-11	60	0
2022-12	58	0
2023-01	54	0
2023-02	63	0
2023-03	54	0
2023-04	50	0
2023-05	47	0
2023-06	47	0
2023-07	48	0
2023-08	47	0
2023-09	47	0
2023-10	53	0
2023-11	52	0
2023-12	57	0

## 98. Godzilla

month	mickey mouse	Godzilla
2018-01	19	9
2018-02	18	7
2018-03	17	6
2018-04	17	6
2018-05	17	6
2018-06	16	6
2018-07	16	14
2018-08	17	9
2018-09	17	7
2018-10	19	6
2018-11	25	8
2018-12	22	11
2019-01	18	10
2019-02	18	8

2019-03	17	9
2019-04	15	11
2019-05	15	31
2019-06	14	58
2019-07	15	20
2019-08	14	22
2019-09	15	15
2019-10	16	12
2019-11	18	10
2019-12	17	10
2020-01	16	15
2020-02	16	16
2020-03	14	17
2020-04	15	16
2020-05	15	13
2020-06	15	13
2020-07	16	12
2020-08	15	12
2020-09	14	10
2020-10	16	11
2020-11	16	10
2020-12	16	11

## 98. Godzilla(ต่อ)

month	mickey mouse	Godzilla
2021-01	14	42
2021-02	13	42
2021-03	13	64
2021-04	13	100
2021-05	13	39
2021-06	13	27
2021-07	13	23
2021-08	13	20
2021-09	13	15
2021-10	16	13
2021-11	17	12
2021-12	17	13
2022-01	15	12
2022-02	14	12
2022-03	13	11
2022-04	14	12



2022-05	12	13
2022-06	12	12
2022-07	14	11
2022-08	13	11
2022-09	13	9
2022-10	14	9
2022-11	15	10
2022-12	14	10
2023-01	13	9
2023-02	16	9
2023-03	13	10
2023-04	12	12
2023-05	12	11
2023-06	12	10
2023-07	12	11
2023-08	12	10
2023-09	11	11
2023-10	13	10
2023-11	13	18
2023-12	14	64

## 99. Ember Lumen

month	mickey mouse	Ember Lumen
2018-01	76	0
2018-02	74	0
2018-03	70	0
2018-04	69	0
2018-05	69	0
2018-06	64	0
2018-07	64	0
2018-08	70	0
2018-09	71	0
2018-10	76	0
2018-11	100	0
2018-12	88	0
2019-01	74	0
2019-02	71	0
2019-03	68	0
2019-04	60	0
2019-05	59	0

2019-06	59	0
2019-07	60	0
2019-08	57	0
2019-09	59	0
2019-10	64	0
2019-11	73	0
2019-12	67	0
2020-01	63	0
2020-02	66	0
2020-03	56	0
2020-04	59	0
2020-05	60	0
2020-06	60	0
2020-07	64	0
2020-08	59	0
2020-09	58	0
2020-10	63	0
2020-11	64	0
2020-12	65	0

## 99. Ember Lumen(ต่อ)

month	mickey mouse	Ember Lumen
2021-01	57	0
2021-02	54	0
2021-03	52	0
2021-04	54	0
2021-05	53	0
2021-06	51	0
2021-07	55	0
2021-08	53	0
2021-09	53	0
2021-10	63	0
2021-11	67	0
2021-12	69	0
2022-01	61	0
2022-02	55	0
2022-03	53	0
2022-04	59	0

2022-05	49	0
2022-06	51	0
2022-07	55	0
2022-08	53	0
2022-09	53	0
2022-10	55	0
2022-11	60	0
2022-12	58	0
2023-01	54	0
2023-02	63	0
2023-03	54	0
2023-04	50	0
2023-05	47	0
2023-06	47	0
2023-07	48	0
2023-08	47	0
2023-09	47	0
2023-10	53	0
2023-11	52	0
2023-12	57	0

## 100.Wade Ripple

month	mickey mouse	Wade Ripple
2018-01	76	0
2018-02	74	0
2018-03	70	0
2018-04	69	0
2018-05	69	0
2018-06	64	0
2018-07	64	0
2018-08	70	0
2018-09	71	0
2018-10	76	0
2018-11	100	0
2018-12	88	0
2019-01	74	0
2019-02	71	0
2019-03	68	0
2019-04	60	0

2019-05	59	0
2019-06	59	0
2019-07	60	0
2019-08	57	0
2019-09	59	0
2019-10	64	0
2019-11	73	0
2019-12	67	0
2020-01	63	0
2020-02	66	0
2020-03	56	0
2020-04	59	0
2020-05	60	0
2020-06	60	0
2020-07	64	0
2020-08	59	0
2020-09	58	0
2020-10	63	0
2020-11	64	0
2020-12	65	0

## 100.Wade Ripple(ต่อ)

month	mickey mouse	Wade Ripple
2021-01	57	0
2021-02	54	0
2021-03	52	0
2021-04	54	0
2021-05	53	0
2021-06	51	0
2021-07	55	0
2021-08	53	0
2021-09	53	0
2021-10	63	0
2021-11	67	0
2021-12	69	0
2022-01	61	0
2022-02	55	0
2022-03	53	0
2022-04	59	0
2022-05	49	0
2022-06	51	0

2022-07	55	0
2022-08	53	0
2022-09	53	0
2022-10	55	0
2022-11	60	0
2022-12	58	0
2023-01	54	0
2023-02	63	0
2023-03	54	0
2023-04	50	0
2023-05	47	0
2023-06	47	0
2023-07	48	0
2023-08	47	0
2023-09	47	0
2023-10	53	0
2023-11	52	0
2023-12	57	0

ประวัติผู้เขียน

