



การพัฒนาสื่อโฆษณาภาพยนตร์โดยใช้สื่อออนไลน์ กรณีศึกษาโรง IMAX และ 4DX
A Case Study of Media Development by Using Online Communication at IMAX and 4DX

นางสาว พินิตา พร้อมเทพ

โครงการสหกิจศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีมัลติมีเดีย
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
สถาบันเทคโนโลยี ไทย-ญี่ปุ่น

พ.ศ. 2559

การพัฒนาสื่อโฆษณาภาพยนตร์โดยใช้สื่อออนไลน์ กรณีศึกษาโรง IMAX และ 4DX
A Case Study of Media Development by Using Online Communication at IMAX and 4DX

นางสาว พินิตา พร้อมเทพ

โครงการสหกิจศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีมีเดีย

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
สถาบันเทคโนโลยีไทย - ญี่ปุ่น
ปีการศึกษา 2559

คณะกรรมการสอบ

..... ประธานกรรมการสอบ

(อาจารย์ อติศักดิ์ เสือสมิง)

..... กรรมการสอบ

(อาจารย์ ณิชากานต์ ไชยจักร์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์ ชาญ จารุงศรีรังสี)

..... ประธานสหกิจศึกษาสาขาวิชา

(อาจารย์ ชาญ จารุงศรีรังสี)

ลิขสิทธิ์ของสถาบันเทคโนโลยีไทย - ญี่ปุ่น

ชื่อโครงการ	การพัฒนาสื่อโฆษณาภาพยนตร์โดยใช้สื่อออนไลน์	
	กรณีศึกษาโรง IMAX และ 4DX	
	A Case Study of Media Development by Using Online Communication at IMAX and 4DX	
ผู้เขียน	นางสาว พินิตา พร้อมเทพ	
คณะวิชา	เทคโนโลยีสารสนเทศ	สาขาวิชา เทคโนโลยีมัลติมีเดีย
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ชาญ จารวงศ์รังสี	
พนักงานที่ปรึกษา	นาย สาโรจน์ อนันต์สิทธิโชค	
ชื่อบริษัท	บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด	
ประเภทธุรกิจ/สินค้า	โรงภาพยนตร์	

บทสรุป

เนื่องจากงานที่ได้รับมอบหมายคือ การพัฒนาสื่อโฆษณาภาพยนตร์ในระบบ IMAX และ 4DX ผ่านสื่อออนไลน์ และออกแบบสื่อสำหรับนำไปทำป้ายโฆษณาในแต่ละสาขา ขั้นตอนการทำงานจึงเริ่มจากการศึกษาและเก็บข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบและคอนเทนต์ที่ใช้โฆษณาก่อนหน้านี้ ศึกษาช่วงเวลาที่เหมาะสมในการลงคอนเทนต์ เพื่อที่จะพัฒนาและออกแบบสื่อโฆษณาให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของบริษัท และทำให้สื่อนั้นมีประโยชน์มากที่สุด

ผลที่ได้รับจากการทำโครงการคือ สื่อที่นำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ได้รับความนิยมมากขึ้น มีคนเห็นและแชร์ข้อมูลเพิ่มขึ้นจากช่วงแรก Facebook Page มียอดไลค์มากขึ้น ทำให้รู้ว่าลูกค้าที่ติดตามเพจให้ความสนใจในสื่อประเภทไหน คอนเทนต์แบบไหนที่ควรทำออกมาเป็นภาพนิ่ง แบบไหนควรทำออกมาเป็นภาพเคลื่อนไหว นอกจากนี้ได้ดูแลสื่อออนไลน์แล้วยังได้ออกแบบสื่อสำหรับทำป้ายในสาขาต่างๆ ได้นำวิชาที่เรียนมาใช้ในการทำงานจริงเช่น การตัดต่อวิดีโอ, คอมพิวเตอร์กราฟิก เป็นต้น

การปฏิบัติงานสหกิจครั้งนี้ทำให้ได้รับความรู้เพิ่มขึ้น ได้ฝึกฝนการปรับตัวในการทำงานร่วมกับผู้อื่น การรับฟังความคิดเห็น และรับมือกับแรงกดดันในการทำงานจริง ซึ่งเป็นประสบการณ์สำคัญในการพัฒนาศักยภาพของตนเอง

กิตติกรรมประกาศ

จากการมาสหกิจศึกษา ณ บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด ตั้งแต่วันที่ 30 พฤษภาคม ถึงวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559 ทำให้ได้รับความรู้และประสบการณ์ต่าง ๆ จากการทำงานจริง ซึ่งมีค่ามาก เป็นประโยชน์ในการนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน รวมถึงเป็นการพัฒนาทักษะและความสามารถของตนเอง ได้รู้ถึงจุดเด่นและจุดด้อยที่ควรนำมาแก้ไข การปฏิบัติงานสหกิจในครั้งนี้ สามารถสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี จากความร่วมมือและการสนับสนุนจากหลายฝ่ายดังนี้

1. บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด ที่เห็นความสำคัญของการสหกิจศึกษาและได้ให้โอกาส ที่มีคุณค่าในการหาประสบการณ์และเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ ในการทำงาน โดยการอนุญาตให้เข้ามา สหกิจศึกษาที่บริษัทนี้
2. นาย สาโรจน์ อนันต์สิทธิโชค (Business Development Manager) ผู้เป็นที่เลื่องในการสหกิจศึกษา ในครั้งนี้ ที่ให้คำแนะนำ ความรู้ต่าง ๆ และให้การดูแลตลอดระยะเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา
3. อาจารย์ ชาญ จารุงศรีรังสี (อาจารย์ที่ปรึกษา) ที่ให้คำแนะนำและให้คำปรึกษาดูแลตลอดระยะเวลา สหกิจศึกษา

และทุก ๆ คนในบริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด รวมถึงบุคคลอื่น ๆ ที่ให้คำแนะนำและ ให้ความช่วยเหลือในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาและการทำโครงการเล่มนี้ให้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

ข้าพเจ้าขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน ที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล เป็นที่ปรึกษา ในการทำโครงการนี้จนเสร็จสมบูรณ์ ตลอดจนให้การดูแลและให้ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำงานจริง ข้าพเจ้าขอขอบคุณไว้ ณ ที่นี้

นางสาว พินิดา พร้อมเทพ
ผู้จัดทำ

สารบัญ

บทสรุป	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
สารบัญ	ค
สารบัญรูป	ง
สารบัญตาราง	ฉ

บทที่	
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ	1
1.2 ลักษณะธุรกิจของสถานประกอบการ หรือการให้บริการหลักขององค์กร	2
1.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารองค์กร	2
1.4 ตำแหน่งและหน้าที่งานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย	2
1.5 พนักงานที่ปรึกษา และ ตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา.....	3
1.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน	3
1.7 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	3
1.8 วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของโครงการ.....	3
1.9 ผลที่คาดว่าจะได้รับการปฏิบัติงานหรือโครงการที่ได้รับมอบหมาย.....	3
บทที่ 2 ทฤษฎีและเทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน	4
2.1 ทฤษฎีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน	4
2.1.1 Social Media	4
2.1.2 Facebook.....	5
2.1.3 ทฤษฎีการออกแบบ.....	8
2.2 เทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน	15
2.2.1 โปรแกรม Adobe Photoshop	15
2.2.2 โปรแกรม Adobe Illustrator	15
2.2.3 โปรแกรม Adobe After Effect.....	16

สารบัญ(ต่อ)

บทที่ 3 แผนงานการปฏิบัติงานและขั้นตอนการดำเนินงาน	17
3.1 แผนงานการฝึกงาน	17
3.2 รายละเอียดโครงการ	19
3.3 ขั้นตอนการดำเนินงานที่นักศึกษาปฏิบัติงาน	19
บทที่ 4 สรุปผลการดำเนินงาน การวิเคราะห์และสรุปผลต่าง ๆ.....	20
4.1 ขั้นตอนและผลการดำเนินงาน.....	20
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	21
4.3 วิเคราะห์และวิจารณ์ข้อมูลโดยเปรียบเทียบผลที่ได้รับกับวัตถุประสงค์.....	22
และจุดมุ่งหมายในการปฏิบัติงานหรือการจัดทำโครงการ	
บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	23
5.1 สรุปผลการดำเนินงาน	23
5.2 แนวทางการแก้ไขปัญหา	23
5.3 ข้อเสนอแนะจากการดำเนินงาน	23
เอกสารอ้างอิง	24
ภาคผนวก.....	26
ประวัติผู้จัดทำโครงการ	47

สารบัญรูป

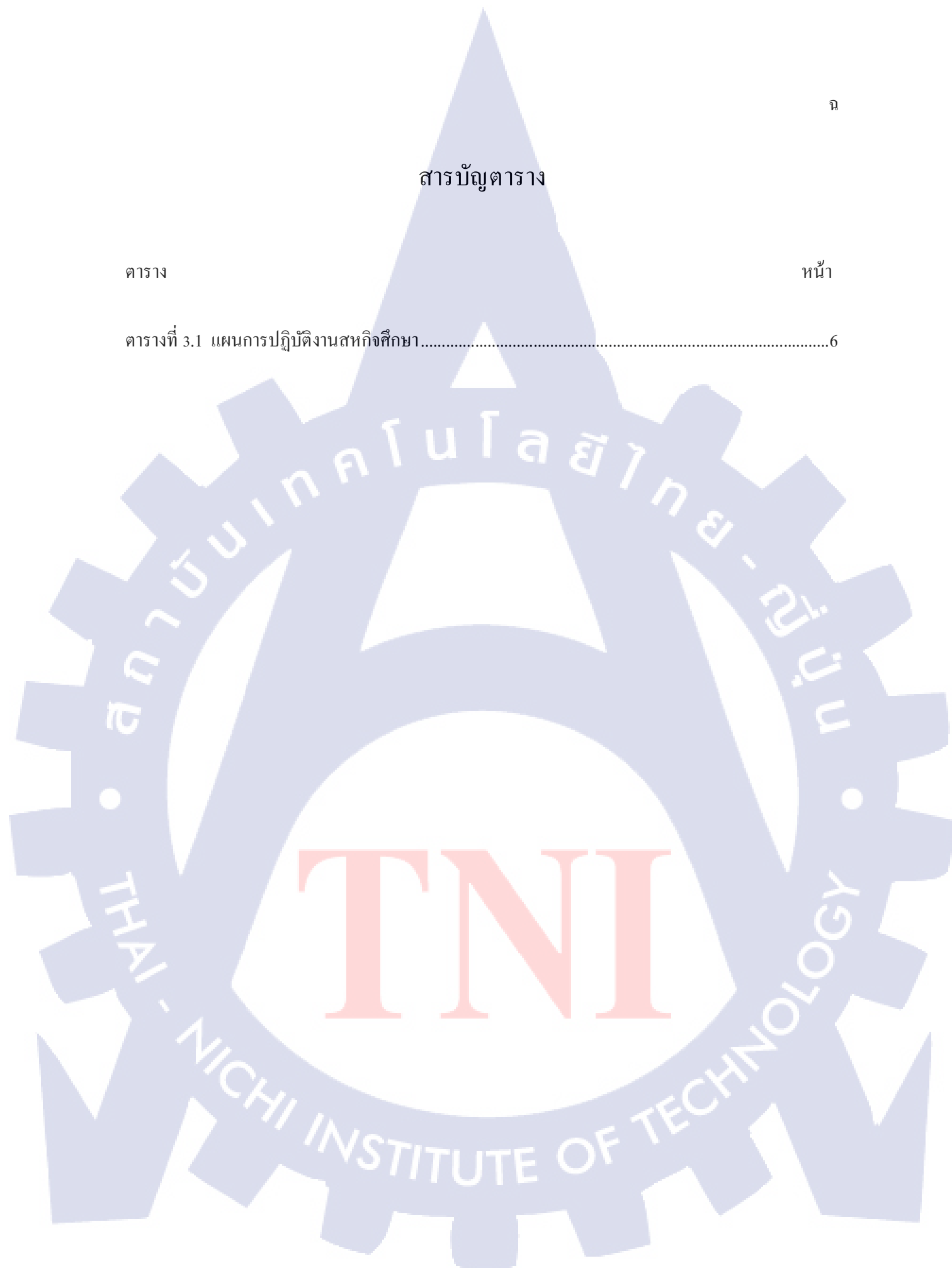
รูป	หน้า
รูปที่ 1.1 แผนที่บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด.....	1
รูปที่ 1.2 แผนผังองค์กร	2
รูปที่ 2.1 ลักษณะของเส้นแบบต่าง ๆ	8
รูปที่ 2.2 รูปร่าง รูปทรง และ น้ำหนัก	8
รูปที่ 2.3 ตัวอย่างลักษณะพื้นผิว	9
รูปที่ 2.4 ตัวอย่างรูปที่มีพื้นที่ว่าง	9
รูปที่ 2.5 วงจรสี	10
รูปที่ 2.6 ตัวอักษรแบบต่างๆ	10
รูปที่ 2.7 ตัวอักษรแบบ Serif	11
รูปที่ 2.8 ตัวอักษรแบบ San Serif	11
รูปที่ 2.9 ตัวอักษรแบบ Antique	11
รูปที่ 2.10 ตัวอักษรแบบ Script	11
รูปที่ 2.11 การออกแบบภาพแบบ Mono	12
รูปที่ 2.12 การออกแบบภาพแบบ Complement	12
รูปที่ 2.13 การออกแบบภาพแบบ Triad	13
รูปที่ 2.14 การออกแบบภาพแบบ Analogic	13
รูปที่ 2.15 โลโก้โปรแกรมที่ใช้ในการปฏิบัติงาน	16
รูปที่ 3.1 ป้าย Showtime สำหรับแต่ละสาขา	17
รูปที่ 3.2 แถบกล่องป๊อปคอร์นสำหรับภาพยนตร์ที่เข้าระบบ IMAX และ 4DX	18
รูปที่ 3.3 ตัวอย่าง Backdrop สำหรับงานอีเวนต์ต่าง ๆ	18
รูปที่ 3.4 ตัวอย่าง e-card และบัตรชมภาพยนตร์ สำหรับรอบสื่อ	18
รูปที่ 4.1 ตัวอย่างคอนเทนต์ที่ลูกค้าให้ความสนใจ	20
รูปที่ 4.2 ตัวอย่างการพัฒนาคอนเทนต์โดยการนำความรู้การติดต่อเข้ามาช่วย(เพิ่มท้องฟ้าด้านขวา)	20
รูปที่ 4.3 ภาพแสดงจำนวนยอดไลค์ที่มากขึ้นในช่วงระยะเวลา 4 เดือน	21
รูปที่ 4.4 ภาพแสดงความแตกต่างระหว่างคอนเทนต์ก่อนและหลังการพัฒนารูปแบบ	21

สารบัญตาราง

ตาราง

หน้า

ตารางที่ 3.1 แผนการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	6
--	---

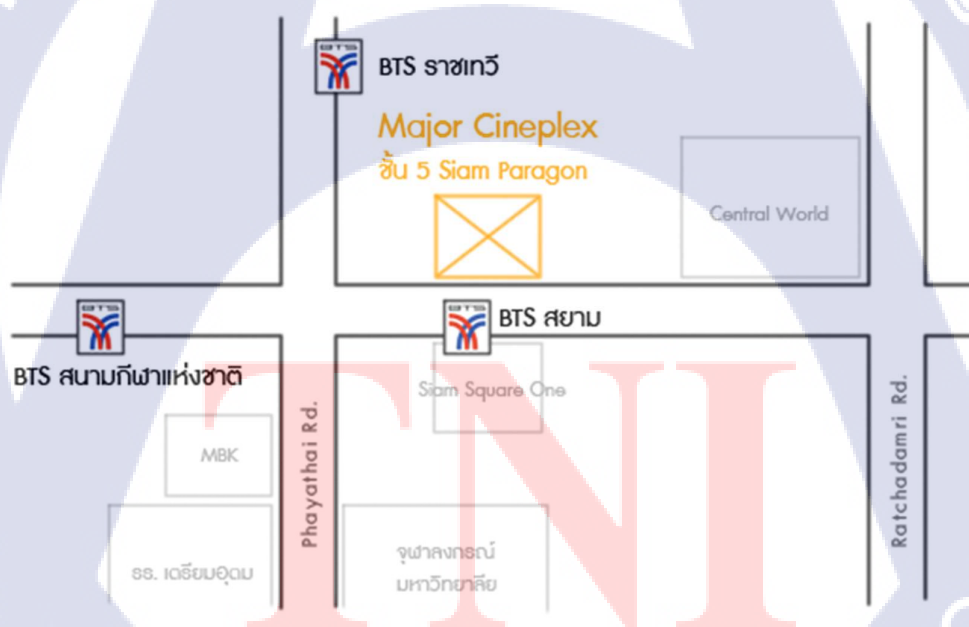


บทที่ 1

บทนำ

1.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

ชื่อสถานประกอบการ : บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด
 ที่ตั้งของสถานประกอบการ : 1893,1893/1-6 ถ.พหลโยธิน ตำบล ลาดยาว อำเภอ จตุจักร
 กรุงเทพมหานคร 10900
 โทรศัพท์ : 02-5155300
 โทรสาร : 02-5115819
 E-mail : kanokporn.wir@majorcineplex.com
 Website : www.majorcineplex.com

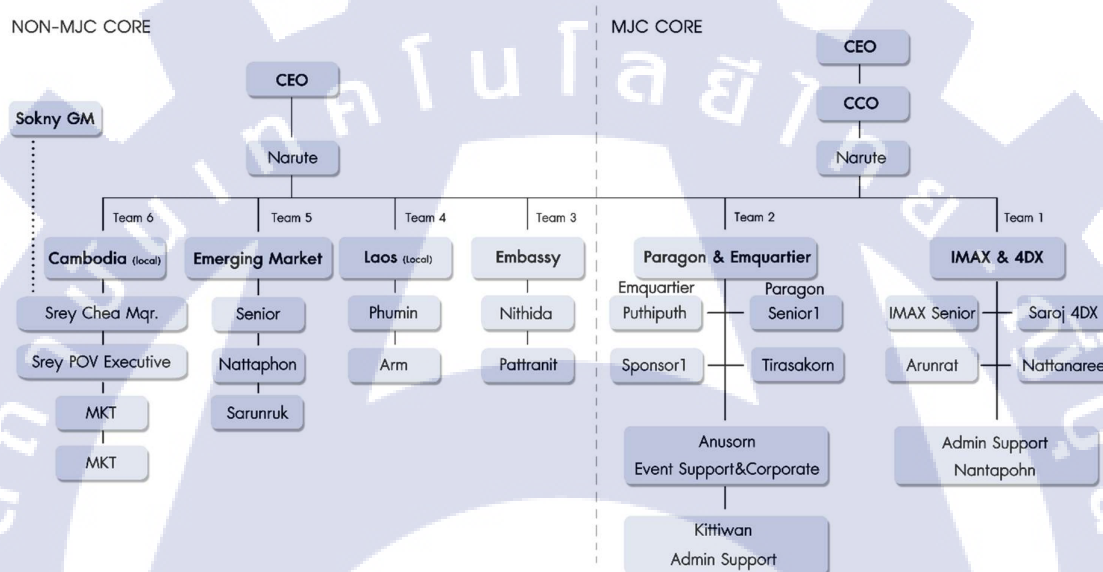


รูปที่ 1.1 แผนที่บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด

1.2 ลักษณะธุรกิจของสถานประกอบการ หรือการให้บริการหลักขององค์กร

ทำธุรกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมโรงภาพยนตร์ มีธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจโรงภาพยนตร์ ธุรกิจโบว์ลิ่ง คาราโอเกะและลานสเก็ตน้ำแข็ง ธุรกิจให้บริการสื่อโฆษณา ธุรกิจพื้นที่ให้เช่าและบริการ และธุรกิจสื่อภาพยนตร์ โดยมีสโลแกนว่า “ การร่วมสร้างฝันบนเวทีระดับโลก (Sharing The World’s Best Entertainment Dreams) ”

1.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารองค์กร



รูปที่ 1.2 แผนผังองค์กร

1.4 ตำแหน่งและหน้าที่งานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

ตำแหน่งงานที่ได้รับมอบหมายในการสหกิจศึกษาคือ Marketing Executive งานที่ได้รับมอบหมายคือ การทำคอนเทนต์ ทั้งแบบภาพนิ่งและวิดีโอเพื่อโปรโมทภาพยนตร์และกิจกรรมของโรงภาพยนตร์ระบบ IMAX และ 4DX ผ่านสื่อออนไลน์ การออกแบบสื่อสำหรับทำป้ายโฆษณาในแต่ละสาขา และ Backdrop หรือสื่อที่ใช้ในงานอีเวนต์ต่าง ๆ รวมถึงการดูแลและตอบคำถามลูกค้าใน Facebook Page

1.5 พนักงานที่ปรึกษา และ ตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา

พนักงานที่ปรึกษา : นาย สาโรจน์ อนันต์สิทธิโชค
ตำแหน่ง : Business Development Manager

1.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

เริ่มต้นการปฏิบัติงาน : 30 พฤษภาคม พ.ศ. 2559
สิ้นสุดการปฏิบัติงาน : 30 กันยายน พ.ศ. 2559
เป็นระยะเวลาทั้งสิ้น : 18 สัปดาห์ (4 เดือน)

1.7 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากตอนเริ่มสหกิจ พี่เลี้ยงบอกว่าในทีมไม่เคยรับนักศึกษาที่เรียนมัลติมีเดียมาก่อน ส่วนใหญ่รับนักศึกษาเรียนการตลาดที่ทำ Photoshop พอได้มาฝึกงานมากกว่า ทำให้คอนเทนต์ที่มีไม่มีความหลากหลาย และไม่ได้ออกแบบตามหลักการเท่าที่ควร ปัญหานี้ทำให้ Facebook Page ไม่เป็นที่รู้จัก คอนเทนต์ที่โพสต์ไม่ค่อยเป็นที่สนใจ ด้วยเหตุนี้จึงจัดทำโครงการนี้ขึ้นเพื่อพัฒนาและ เพิ่มความหลากหลายของคอนเทนต์ รวมถึงเพิ่มฐานลูกค้าของ Facebook Page

1.8 วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของโครงการ

1. เพื่อเพิ่มฐานลูกค้าของโรง IMAX และ 4DX
2. เพื่อให้คอนเทนต์ในสื่อออนไลน์มีความหลากหลายและมีความน่าสนใจมากขึ้น
3. เพื่อนำหลักการการออกแบบ มาช่วยพัฒนาและปรับปรุงคอนเทนต์
4. เพื่อนำความรู้และคำแนะนำจากการสหกิจ ไปใช้งานได้จริง

1.9 ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการปฏิบัติงานหรือโครงการที่ได้รับมอบหมาย

1. Facebook Page เป็นที่รู้จักและมีฐานลูกค้ามากขึ้น
2. นักศึกษามีความชำนาญและมีทักษะต่าง ๆ เพิ่มขึ้นจากการทำงานในสถานการณ์จริง
3. นักศึกษาสามารถปรับตัวและทำงานร่วมกับผู้อื่นภายใต้แรงกดดันได้

บทที่ 2

ทฤษฎีและเทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

ในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาครั้งนี้ เป็นการนำความรู้ทางด้านทฤษฎีและเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงานทุกส่วนตลอดการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ซึ่งเป็นการนำความรู้ทั้งที่เคยเรียนมาประยุกต์ใช้ และเป็นการศึกษาเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ที่ได้จากการปฏิบัติงาน

2.1 ทฤษฎีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

2.1.1 Social Media

Social Media หมายถึง สังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้เป็นผู้สื่อสาร หรือ เขียนเล่า เนื้อหา เรื่องราว ประสบการณ์บทความ รูปภาพ และ วิดีโอ ที่ผู้ใช้เขียนขึ้นเอง ทำขึ้นเอง หรือพบเจอจากสื่ออื่น ๆ แล้วนำมาแบ่งปันให้กับผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายของตน ผ่านทางเว็บไซต์ Social Network ที่ให้บริการบนโลกออนไลน์ เช่น www.facebook.com ในปัจจุบันการสื่อสารในรูปแบบนี้เป็นที่นิยมมาก สามารถเข้าถึงผ่านทางอินเทอร์เน็ต และสมาร์ตโฟน

Social Media แบ่งได้เป็นหลายประเภทโดยแบ่งตามรูปแบบของเนื้อหา ได้แก่ ประเภทการสื่อสาร (Communication), ประเภทความร่วมมือและการแบ่งปัน (Collaboration), ประเภทมัลติมีเดีย (Multimedia), ประเภทรีวิวและแสดงความคิดเห็น (Reviews and Opinions) และประเภทบันเทิง (Entertainment) จากที่กล่าวไปข้างต้นว่าในปัจจุบัน Social Media เป็นรูปแบบการสื่อสารที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ทำให้ธุรกิจในปัจจุบันต้องพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด จากแบบดั้งเดิมที่ใช้ สื่อโฆษณา สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อเคลื่อนไหว โบรชัวร์หรือบิลบอร์ด กลายเป็นการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Marketing) รูปแบบของการการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ที่ควรรู้มี 10 รูปแบบได้แก่

1. Content Marketing: การนำเสนอเนื้อหาที่มีประโยชน์ให้กับผู้บริโภค และต้องหาวิธีในการกระจายข้อมูลนั้นให้เข้าถึงคนอ่านได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด
2. Real Time Social Media Marketing: การโฆษณาที่กำลังเป็น Talk of the Town การตลาดนี้ต้องตอบสนองผู้บริโภคอย่างทันทั่วทั้งที่ เพื่อสร้างความผูกพันกับลูกค้า

3. Audio & Video Content: ข้อมูลในรูปแบบไฟล์ภาพและเสียง ซึ่งใช้กันแพร่หลายและเป็นเครื่องมือที่มีพลังในการสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริโภค
4. Mobile Social Media: สื่อสังคมออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน มีการคาดการณ์จำนวนผู้ใช้สมาร์ทโฟนอย่างเดียวยเพื่อเข้าอินเทอร์เน็ตทั่วโลกเฉพาะปี พ.ศ. 2558 จะเพิ่มสูงขึ้นกว่า 1,000 ล้านคน
5. Paid Social Media Advertising: การเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในจำนวนที่กว้างขึ้นโดยเสียค่าใช้จ่าย อย่างเช่นใน Facebook มีการให้โฆษณาผ่านแบนเนอร์ซึ่งสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้
6. Social Media Commerce: สื่อ Social Media เช่น Facebook หรือ Twitter มีระบบ e-commerce ของตัวเอง ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบนี้ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว
7. Social Media Wallet: การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางสมาร์ทโฟน ซึ่งได้กลายเป็นเรื่องปกติ ในปัจจุบัน แอปพลิเคชัน e-wallet เป็นการเปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภคครั้งใหญ่
8. Smart & Analytical Social Media: การที่ Social Media ถูกพัฒนาให้เป็นเครื่องมือเพื่อวิเคราะห์ ในหมู่เจ้าของธุรกิจ นอกจากใช้เป็นสื่อออนไลน์ที่นำเสนอขายสินค้าและบริการแล้ว
9. Social Media and the B2B Market: การทำการตลาดระหว่างธุรกิจกับธุรกิจผ่าน Social Media ซึ่งในปีที่ผ่านมา Facebook เป็นเครื่องมือที่มีอัตราการใช้งานสูงที่สุดสำหรับกลุ่ม B2B
10. การเกิดใหม่ของ Social Networks: มีการเข้ามาสร้างสีสันด้วยข้อเสนอดึงดูดใจแบบต่างๆ ซึ่งมี นื่องใหม่อย่าง Ello, Yik, Yak และ Tsu แต่ Social Networks อย่าง Facebook Twitter Instagram และ Line ยังคงได้รับความนิยมสูงสุดเช่นเดิม

2.1.2 Facebook

Facebook คือ เว็บไซต์เครือข่ายสังคม (Social Networking Website) สำหรับติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร หรือร่วมกิจกรรมกับผู้ใช้ Facebook คนอื่น ๆ ได้ ไม่ว่าจะเป็นการถามตอบในเรื่องที่สนใจ โพสต์รูปภาพ โพสต์คลิปวิดีโอ เขียนบทความ การสนทนากันแบบ Real-Time การเล่นเกมแบบเป็นกลุ่ม และยังสามารถ ทำกิจกรรมอื่น ๆ ผ่านแอปพลิเคชันเสริมที่มีอยู่อย่างมากมาย ซึ่งแอปพลิเคชันดังกล่าวมีการพัฒนา และเพิ่มเติมอยู่ตลอด

Facebook ถูกสร้างและพัฒนาโดย Mark Zuckerberg เปิดตัวครั้งแรกวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2548 โดยเปิดให้เข้าใช้เฉพาะนักศึกษาของมหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ดเท่านั้นแต่เว็บนี้ก็ดังขึ้นมาในชั่วพริบตา เพราะมีคนให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก เมื่อมีการกระจายข่าวนี้ทำให้มหาวิทยาลัยอื่น ๆ เริ่มต้องการและอยากขอเข้าใช้งาน Facebook หลังจากนั้นการพัฒนาและจำนวนสมาชิกของ Facebook ได้เพิ่มขึ้น อย่างรวดเร็วจนทำให้ Facebook กลายเป็น Social Network ที่ได้รับความนิยมมากเป็นอันดับ 1 ของโลก

นอกจากนี้ Facebook ยังกลายมาเป็นเครื่องมือทำการตลาดที่ดี ต้นทุนต่ำ มีประสิทธิภาพสูง เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายพร้อมทั้งขยายกลุ่มลูกค้าทั้งใหม่และเก่าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และรวดเร็ว จะเห็นได้ว่าบริษัท ห้างร้านต่างๆ ในปัจจุบันหันมาใช้ในการตลาดออนไลน์ผ่าน Facebook มากขึ้น เหตุผลที่ทำให้ Facebook เป็นที่นิยมในปัจจุบันเพราะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้อย่างดี สามารถติดตามความเคลื่อนไหวของเพื่อนๆ สามารถเชื่อมต่อกับระบบอื่น ๆ เช่น YouTube , Twitter เป็นต้น และสามารถเข้าใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือได้ทำให้ผู้ใช้สามารถออนไลน์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง

Facebook Marketing คือ การทำการตลาดผ่าน Facebook เป็นการทำการตลาดในรูปแบบใหม่ การเริ่มต้นทำการตลาดผ่าน Facebook เราควรเริ่มต้นที่การตั้งจุดประสงค์ก่อนว่าเราต้องการนำ Facebook มาใช้เพื่ออะไร เช่น นำมาขายสินค้า โปรโมทแบรนด์ เป็นต้น เมื่อเรากำหนดจุดประสงค์แล้ว เราค่อยสร้าง Facebook และกำหนดชื่อที่มีประโยชน์ต่อเรามากที่สุด ควรเป็นชื่อที่ผู้เห็นสามารถจดจำและเข้าใจได้ว่าเราทำขึ้นมาเพื่ออะไร หลังจากการตั้งจุดประสงค์ลำดับต่อไปคือการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งหมายถึงกลุ่มคนที่ตรงกับเนื้อหาสินค้า หรือแบรนด์ของเรา เพราะถ้าเราเลือกกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ถูกต้องนั้นอาจทำให้ Facebook ของเราไม่ได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมาย และเมื่อสามารถทำให้กลุ่มเป้าหมายสนใจหรือติดตามได้แล้วสิ่งที่จะต้องทำเป็นลำดับต่อไปคือการสร้างกระแส หรือสร้างเนื้อหาที่ทำให้เกิดความเคลื่อนไหวใน Facebook ของเรา เช่น การทำกิจกรรมให้ผู้ติดตามได้ร่วมสนุกเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสนใจแล้วกดไลค์หรือแชร์ เพราะการทำแบบนี้ถือเป็นการโฆษณา Facebook ของเราด้วยวิธีที่เร็วที่สุด

นอกจากวิธีการทำที่สะดวกและรวดเร็วแล้ว การทำ Facebook Marketing ยังมีประโยชน์ต่อสินค้าและแบรนด์ของเราหลายอย่าง ได้แก่

1. ช่วยโปรโมทสินค้าและบริการใหม่ นำเสนอข้อมูลองค์กรได้ง่าย
2. สามารถเพิ่มกลุ่มลูกค้าใหม่ จำนวนมากในเวลาอันสั้น
3. ช่วยในการสร้างแบรนด์ สินค้าให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น
4. ประหยัดค่าใช้จ่ายในการโปรโมทสินค้า มีต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่ำกว่าเมื่อเทียบกับการโฆษณาผ่านสื่อชนิดอื่น ๆ
5. เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดี

ในปัจจุบันนี้ค่อนข้างมั่นใจว่าแบรนด์สินค้าเกือบทุกแบรนด์หันมาให้ความสำคัญกับการทำการตลาดผ่าน Facebook ก่อนการย้ายมาทำการตลาดผ่าน Facebook นั้นเราควรศึกษาพฤติกรรมของคนที่ใช้สื่อออนไลน์ว่าเป็นอย่างไรเพื่อป้องกันการล้มเหลวในภายหลัง และเพื่อการทำคอนเทนต์ที่มีประสิทธิภาพ

จากการศึกษาค้นคว้าได้เห็นบทความเกี่ยวกับ 6 ข้อคิดในการทำการตลาดผ่าน Facebook ประกอบด้วย

1. ลองทำตามกฎ 80/20: 80/20 คือหลักการพาเรโต (Pareto Principle) การนำกฎนี้มาใช้กับ Facebook นั้นคือการผสมผสานการโพสต์ข้อความระหว่างเรื่องที่น่าสนใจ 80% และพูดถึงเรื่องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการของเรา 20% โดยเรื่องทั่วไปอาจเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าของเรา แต่ไม่ใช่การโฆษณาขายสินค้าโดยตรง
2. การตอบสนองต่อลูกค้าอย่างทันท่วงที: การตอบสนองต่อคำถามจากลูกค้าที่รวดเร็ว รวมถึงการรับมือกับการร้องเรียนที่ถูกต้อง เวลาที่เหมาะสมคือ ภายใน 1 ชั่วโมงเพื่อการรับเรื่อง หรืออย่างช้าที่สุดไม่ควรเกิน 24 ชั่วโมง
3. ใช้จำนวนตัวอักษรในข้อความไม่เกิน 80 ตัวอักษร: 80 ตัวอักษรอาจใช้กับภาษาไทยไม่ได้เนื่องจากมีทั้งสระ และพยัญชนะ ดังนั้นเราควรโพสต์เนื้อหาที่ไม่มากเกินไป ควรทำให้ข้อความสั้น กระชับ เข้าใจง่าย ให้ผู้อ่านเข้าใจสิ่งที่ต้องการสื่อออกไป
4. สร้างคนที่จะติดตาม Facebook ด้วยเนื้อหาที่ดี ใช้การเผยแพร่แบบพื้นฐานเป็นหลัก (Originally) พร้อมทั้งใช้ Facebook Ads: การทำให้มีคนมาติดตาม Facebook ของเรามากขึ้นนั้นโดยพื้นฐานแล้วอาศัยการบอกต่อ หรือการกระจายผ่านทางหน้า Facebook หรือ Website แต่ทั้งหมดนั้นขึ้นอยู่กับการทำคอนเทนต์ที่มีคุณภาพ การทำกิจกรรมให้คนที่ติดตามร่วมสนุกในหน้า Facebook Page ของเรได้ด้วยถ้าเรามีคอนเทนต์ที่ดี เราสามารถนำ Facebook Ads เข้ามาช่วยในการโฆษณาเพื่อให้เห็นและเข้ามาติดตาม Facebook Page ของเราได้มากขึ้น
5. ตั้งคำถามและโพสต์ข้อความที่ให้คนมาร่วมตอบคำถาม: จากข้อมูลของ Salesforce Buddy Media บอกว่า การตั้งคำถามไว้ท้ายของเนื้อหานั้น จะช่วยให้มี Interaction Rate โดยรวมมากขึ้น 15% รวมทั้งมีการ Comment มากขึ้นถึง 2 เท่า
6. โพสต์เนื้อหาด้วยจำนวนโพสต์ที่เหมาะสม: เราไม่สามารถบอกตัวเลขที่แน่นอนว่าโพสต์เท่าไรถึงเป็นปริมาณที่เหมาะสม เพราะแต่ละเพจนั้นมีเนื้อหาการนำเสนอที่แตกต่างกัน แต่เราควรโพสต์ให้พอดีไม่มากเกินไปหรือน้อยเกินไปเพราะอาจจะส่งผลให้คนเลิกติดตาม Facebook Page ได้

ในการทำ Facebook Marketing นั้น ไม่มีกฎที่ตายตัวแน่นอนเพราะบนโลกอินเทอร์เน็ตมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นผู้ที่ทำการตลาดผ่านทาง Facebook ต้องเป็นคนช่างสังเกต คอยดูคู่แข่งหรือกระแสต่างๆ ที่เกิดขึ้นบนอินเทอร์เน็ตเพื่อจะได้นำมาปรับปรุง พัฒนาให้เข้ากับสินค้าหรือแบรนด์ของเรา เพื่อให้ทุกคอนเทนต์ที่นำเสนอออกมามีประสิทธิภาพสูงสุด

2.1.3 ทฤษฎีการออกแบบ

2.1.3.1 องค์ประกอบงานกราฟฟิก

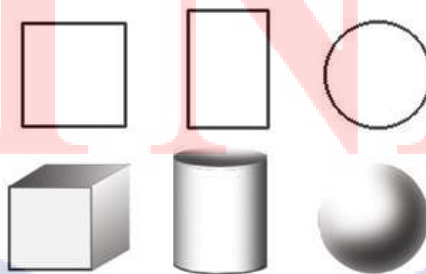
องค์ประกอบหลัก ๆ ในงานกราฟฟิกแบ่งออกเป็น 8 ชนิด ได้แก่



รูปที่ 2.1 ลักษณะของเส้นแบบต่างๆ

เส้น: เส้นจะมีอยู่ในทุก ๆ งานออกแบบ โดยถูกนำไปใช้ร่วมกับองค์ประกอบต่าง ๆ เพื่อสื่อถึงอารมณ์ของผลงานออกมาได้ ในแบบที่ต้องการ ดังนั้น การเลือกใช้เส้นเข้ามาเป็นส่วนประกอบในงานของเราจึงถือว่าเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงเป็นอันดับแรก ความหมายของเส้นแต่ละประเภทคือ

- เส้นแนวนอน ให้ความรู้สึกสงบ ราบเรียบ
- เส้นตรงแนวตั้ง ให้ความรู้สึกมั่นคงแข็งแรง
- เส้นทแยง ให้ความรู้สึกไม่มั่นคง รวดเร็ว แสดงถึงเคลื่อนไหว
- เส้นตัดกัน ให้ความรู้สึกประสาน แข็งแกร่ง หนาแน่น
- เส้นโค้ง ให้ความรู้สึกอ่อนช้อย อ่อนนุ่ม
- เส้นประ ให้ความรู้สึก โปร่ง ไม่สมบูรณ์ หรือในบางกรณีอาจจะใช้เป็นสัญลักษณ์ในการแสดงถึงส่วนที่ถูกซ่อนเอาไว้
- เส้นโค้งกันหอย ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหวไม่มีที่สิ้นสุด
- เส้นโค้งแบบคลื่น ให้ความรู้สึกถึงการเคลื่อนไหวอย่างนุ่มนวล
- เส้นซิกแซ็ก ให้ความรู้สึก น่ากลัว อันตราย



รูปที่ 2.2 รูปร่าง รูปทรง และ น้ำหนัก

รูปร่าง: เป็นองค์ประกอบต่อเนื่องมาจากเส้น เกิดจากการนำเส้นแบบต่าง ๆ มาต่อกันจนได้รูปร่าง 2 มิติที่มีความกว้างและความยาว (หรือความสูง) ในทางศิลปะจะแบ่งรูปร่างออกเป็น 2 แบบคือ รูปร่างที่คุ้นตา แบบที่เห็นแล้วรู้เลยว่านั่นคืออะไร เช่นดอกไม้ หรือคน และอีกแบบหนึ่งจะเป็นรูปร่างแบบฟรีฟอร์ม เป็นแนวที่ใช้รูปร่างสื่อความหมายที่จินตนาการไว้ออกมา ไม่มีรูปทรงที่แน่นอน แต่ดูแล้วเกิดจินตนาการถึงอารมณ์ที่ต้องการสื่อได้

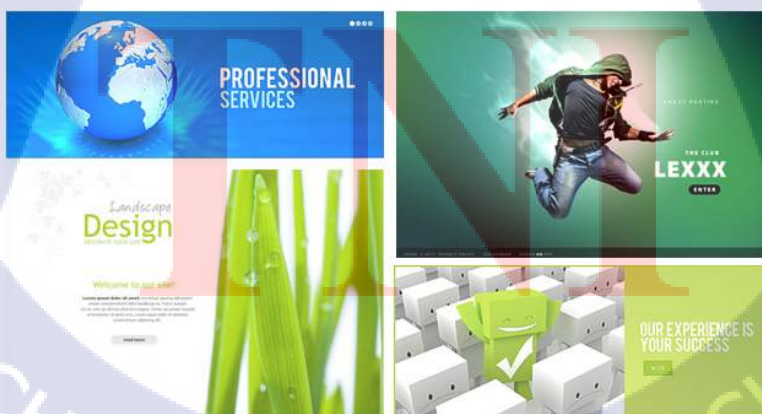
รูปทรง: เป็นรูปร่างที่มีมิติเพิ่มขึ้นกลายเป็นงาน 3 มิติคือ มีความลึกเพิ่มเข้ามาด้วย

น้ำหนัก: เป็นส่วนที่มาเสริมให้ดูออกว่ารูปทรงมีน้ำหนักขนาดไหนเบา หรือหนัก ทึบ หรือโปร่งแสง น้ำหนักจะเกิดจากการเติมสีและแสงเงาลงไปในรูปทรงจนได้ผลลัพธ์ออกมาตามที่ต้องการ



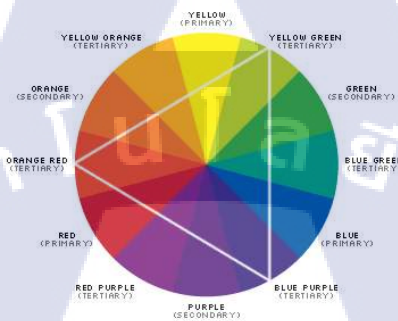
รูปที่ 2.3 ตัวอย่างลักษณะพื้นผิว

พื้นผิว: พื้นผิวจะเป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบที่ช่วยสื่ออารมณ์ของงานออกมาได้ชัดเจนมากขึ้น เช่น ถ้าเราเลือกพิมพ์งานลงในกระดาษ Glossy ที่เงาและแวววาว งานนั้นจะสื่อออกไปได้ทันทีว่า “หรู มีระดับ” หรือ ถ้าเราใส่วดลายที่ดูคล้าย ๆ สนิม หรือรอยเปื้อนลงไปในงานก็จะสื่อได้ทันทีถึง “ความเก่า”



รูปที่ 2.4 ตัวอย่างรูปที่มีพื้นที่ว่าง

ที่ว่าง: อาจเกิดจากความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจของนักออกแบบก็ได้ ที่ว่างไม่ได้หมายความว่าถึงพื้นที่ว่างเปล่าในงานเพียงอย่างเดียว แต่หมายถึงรวมไปถึงพื้นที่ที่ไม่สำคัญหรือ Background ด้วย ในการออกแบบงานกราฟิกที่ว่างจะเป็นตัวช่วยในงานดูไม่หนักจนเกินไป และถ้าควบคุมพื้นที่ว่างนี้ให้ดี ๆ ที่ว่างก็จะเป็นตัวที่ช่วยเสริมจุดเด่นให้เห็นได้ชัดเจนมากขึ้น



รูปที่ 2.5 วงจรสี

สี: สีของงานกราฟิก ถือเป็นหัวใจหลักสำคัญเลยก็ว่าได้ เพราะการเลือกใช้สีจะแสดงถึงอารมณ์ที่ต้องการได้ชัดเจนมากกว่าส่วนประกอบอื่น ๆ ทั้งหมด เช่น สีโทนร้อน สำหรับงานที่ต้องการความตื่นเต้นท้าทาย หรือสีโทนเย็นสำหรับงานที่ต้องการให้ดูสุภาพ สบาย ๆ



รูปที่ 2.6 ตัวอักษรแบบต่างๆ

ตัวอักษร: ตัวอักษรเป็นสิ่งสำคัญอีกอย่างหนึ่ง เมื่อต้องทำงานกราฟิกดีไซน์ ในเรื่องงานกราฟิกที่ดีบางงาน นักออกแบบอาจจะใช้เพียงแค่ตัวอักษรและสีเป็นส่วนประกอบเพียงสองอย่าง เพื่อสร้างสรรค์งาน

ที่สามารถสื่อความหมายออกมาได้ในดีไซน์ที่สวยงาม

2.1.3.2 รูปแบบตัวอักษร

ตัวอักษรที่เราใช้ในปัจจุบันสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 รูปแบบ คือ

Serif: จะดูเป็นระเบียบ เป็นทางการ เหมาะจะใช้งานที่เป็นทางการ และต้องการความน่าเชื่อถือ

Serif

รูปที่ 2.7 ตัวอักษรแบบ Serif

San Serif: อ่านง่าย ดูทันสมัยมากกว่าแบบอื่น ๆ เหมาะจะใช้งานที่ต้องการ ความทันสมัย
ออกแนวไม่เป็นทางการมากนัก

San Serif

รูปที่ 2.8 ตัวอักษรแบบ San Serif

Antique: เหมาะกับงานที่ต้องการแสดงความชัดเจนของยุคสมัย หรือต้องการอารมณ์ย้อนยุค

Antique Antique

รูปที่ 2.9 ตัวอักษรแบบ Antique

Script: เหมาะกับงานที่ไม่เป็นทางการ ต้องการความเป็นกันเองและดูสนุกสนานมากกว่าแบบอื่น หรือ
ในบางกรณี Font แบบนี้จะใช้ในงานที่ต้องการข้อความที่ดูเหมือนเป็นลายมือเขียน

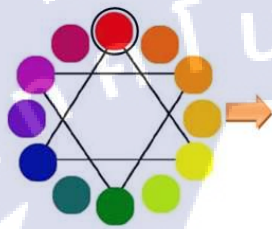
Script Font

รูปที่ 2.10 ตัวอักษรแบบ Script

2.1.3.3 ทฤษฎีสี

เทคนิคในการนำสีไปใช้งานนั้นมีอยู่หลายวิธี แต่ทุกวิธีมีวัตถุประสงค์หลักคือ การใช้สีช่วยเพิ่มความโดดเด่นให้กับจุดเด่นของภาพ และใช้ตกแต่งส่วนอื่น ๆ ของภาพให้ได้ภาพรวมออกมาในอารมณ์ที่ต้องการ เทคนิคการเลือกใช้สีมีอยู่หลายรูปแบบ แต่แบบที่เป็นที่นิยมมี 4 รูปแบบ คือ

1. Mono: การใช้สีที่ไปในโทนเดียวกันทั้งหมด



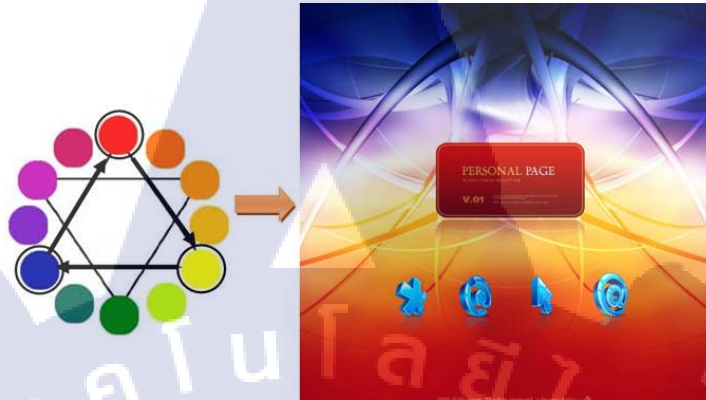
รูปที่ 2.11 การออกแบบภาพแบบ Mono

2. Complement: การใช้สีที่ตัดกันหรือสีตรงข้าม เป็นสีที่อยู่ตรงข้ามกันในวงจรีสี การใช้เทคนิคนี้ไม่ควรใช้พื้นที่ปริมาณเท่ากันในงานควรใช้สัดส่วน 80:20 หรือ 70:30 โดยประมาณ จะทำให้ความตรงข้ามกันของพื้นที่น้อยเป็นจุดเด่นของภาพ



รูปที่ 2.12 การออกแบบภาพแบบ Complement

3. Triad: การเลือกสีสามสีที่ระยะห่างเท่ากันเป็นสามเหลี่ยมด้านเท่ามาใช้งาน



รูปที่ 2.13 การออกแบบภาพแบบ Triad

4. Analogic: การเลือกสีใดสีหนึ่งขึ้นมาใช้งานพร้อมกับสีที่อยู่ติดกันอีกข้างละสี หรือกล่าวคือ สามสีที่อยู่ติดกันในวงจรสีนั่นเอง



รูปที่ 2.14 การออกแบบภาพแบบ Analogic

2.1.3.4 การออกแบบ Content Marketing

Content Marketing คือ เทคนิคด้านการตลาด ในการสร้างและแจกจ่ายคอนเทนต์ที่มีคุณค่ากับกลุ่มเป้าหมายโดยมีจุดประสงค์ให้กลุ่มเป้าหมายกลับมาสร้างรายได้ให้เรา คำว่า Content สามารถหมายถึงเนื้อหาในสื่อได้เช่นกัน ตัวอย่างสื่อที่ได้รับความนิยม คือ บทความ (การเขียนในเว็บไซต์หรือหน้า Facebook), กราฟฟิก (การทำ Infographic เพื่อง่ายแก่การทำความเข้าใจ), วิดีโอ และรายการวิทยุ (Podcast)

“คุณค่า” ถือเป็นหัวใจสำคัญของ Content Marketing ไม่ว่าเราทำคอนเทนต์อะไร ถ้าทำมาแล้วมีคุณค่ากับกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายจะให้ความสนใจและเข้ามาอ่านเนื้อหาคอนเทนต์ทุกครั้ง คอนเทนต์ที่มีคุณค่า ไม่ได้หมายถึงความรู้ที่มีประโยชน์เท่านั้น แต่หมายถึงคอนเทนต์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายด้วยการทำ Content Marketing ต่างจากการทำการตลาดแบบเดิมตรงที่ กลุ่มเป้าหมายสามารถเลือกดูคอนเทนต์ที่ตนเองสนใจได้ เป็นคอนเทนต์ที่มีคุณค่าแก่การเข้าไปอ่าน และไม่ทำให้ลูกค้าอารมณ์เสีย

การทำ Content Marketing ไม่มีหลักการตายตัว แต่มี 5 สิ่งสำคัญที่ทำให้คอนเทนต์ออกมาดี คือ

1. คอนเทนต์ต้องผลิตเพิลิน: ทำให้คอนเทนต์มีความน่าสนใจ และไม่น่าเบื่อ
2. คอนเทนต์ต้องเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมาย: ควรทำเนื้อหาให้ตรงหรือเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้คอนเทนต์สามารถเกาะกลุ่มลูกค้าที่เราต้องการ ได้อย่างแน่นอน
3. คอนเทนต์ต้องสม่ำเสมอ: มีความสม่ำเสมอในเรื่องของเนื้อหา และระยะเวลาในการนำเสนอคอนเทนต์ใหม่ ๆ
4. คอนเทนต์ต้องจริงใจ: เนื้อหาของคอนเทนต์ต้องทำให้ผู้ชมรู้สึกที่เราจริงใจ ไม่มีการแอบ Tie-in โฆษณา ทำให้ผู้ชมรู้สึกไม่ดี ถ้าเราต้องการขายสินค้าควรทำให้เห็นชัดว่าเราต้องการขายสินค้าเลย
5. คอนเทนต์ต้องมีความรู้: ควรสร้างคอนเทนต์ที่มีคุณค่าต่อกลุ่มเป้าหมาย ถ้าเรากำลังถึงเรื่องนี้ตลอดทุกคอนเทนต์จะได้รับความสนใจและมีประสิทธิภาพ

ปัจจุบันนี้แบรนด์ต่าง ๆ นิยมใช้สื่อออนไลน์มากขึ้น โดยมีหลากหลายวิธีในการโฆษณาเช่น การลงโฆษณาการสร้างชุดภาพเล่าเรื่อง (Photo Series) หรือการสร้างคลิปที่เป็นไวรัล เพื่อทำให้เกิดการแชร์ที่มากขึ้นจากการสำรวจพบว่าคอนเทนต์ที่จะทำให้อ่านแชร์ได้นั้น ส่วนใหญ่เป็นคอนเทนต์ที่มีเนื้อหาอยู่ใน 6 กลุ่มที่เรียกว่า “STEPPS” ซึ่งประกอบด้วย

1. Social Currency: เนื้อหาที่ทำให้ตัวเองดูดีใน Social Network
2. Trigger: เนื้อหาที่เอาเหตุการณ์บางอย่างในชีวิตจริงไปส่งไปด้วย
3. Emotion: เนื้อหาที่ส่งผลต่ออารมณ์ของคนรับสาร
4. Public: เนื้อหาที่เป็นกระแสของคนส่วนใหญ่ หรือกำลังเป็นกระแสในสังคม
5. Practical Value: เนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อผู้รับสารหรือคนอื่น
6. Stories: การนำเสนอสินค้าหรืออะไรบางอย่างมาสร้างเรื่องราวให้น่าสนใจมากขึ้น

2.2 เทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

2.2.1 โปรแกรม Adobe Photoshop

Adobe Photoshop เป็น โปรแกรมลิขสิทธิ์ของ Adobe ที่ใช้สำหรับสร้างภาพหรือตกแต่งรูปภาพ สามารถทำงานร่วมกับรูปถ่ายและภาพกราฟิกได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นงานด้านสิ่งพิมพ์ นิตยสาร หรืองานด้านมัลติมีเดีย ด้วยความสามารถที่หลากหลาย ใช้งานง่าย และสามารถรองรับ Plug-in เสริมได้เป็นจำนวนมาก ทำให้โปรแกรม Photoshop เป็นโปรแกรมตัดต่อรูปภาพที่ได้รับความนิยมมาก

โครงการนี้ใช้โปรแกรม Photoshop ในการแต่งภาพ การใส่ effect ต่าง ๆ ให้กับภาพหรือตัวหนังสือ การรีทัชและการตัดต่อรูปภาพ รวมถึงการทำภาพ GIF สำหรับเป็นคอนเทนต์ที่ใช้กับสื่อออนไลน์

2.2.1.1 การประมวลผล

โปรแกรม Photoshop จะเก็บและแสดงผลภาพแบบบิตแมป (Bitmap) คือ เป็นการประมวลผลแบบอาศัยการอ่านค่าสีในแต่ละพิกเซล ซึ่งเหมาะกับภาพที่มีโทนสีที่ใกล้เคียงกัน เป็นการเก็บข้อมูลดิบประกอบด้วย 0 และ 1 ใช้ในการแสดงผลเนพิกเซลโดยแต่ละพิกเซลจะมีการเก็บค่าสีที่เจาะจงในแต่ละตำแหน่ง ได้แก่ ไฟล์นามสกุล jpg, jpeg, png เป็นต้น

2.2.2 โปรแกรม Adobe Illustrator

Adobe Illustrator คือ โปรแกรมที่ใช้ในการวาดภาพ โดยจะสร้างภาพที่มีลักษณะเป็นลายเส้น หรือที่เรียกว่า Vector Graphic เป็น โปรแกรมที่ใช้กันเป็นมาตรฐานในการออกแบบระดับสากล สามารถออกแบบงานได้หลากหลายไม่ว่าจะเป็นบรรจุภัณฑ์ เว็บ ตลอดจนการสร้างภาพเพื่อใช้ประกอบในการทำงานอื่น ๆ

โครงการนี้ ใช้โปรแกรม Illustrator กับ การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ใหญ่ๆเช่น สื่อโฆษณาโปสเตอร์ สำหรับติดหน้าลิฟต์แต่ละสาขา ทำสื่อสแตนดี้โปรโมทระบบ รวมถึงการออกแบบ Backdrop

2.2.2.1 การประมวลผล

โปรแกรม Illustrator มีการประมวลผลแบบอาศัยการคำนวณทางคณิตศาสตร์ หรือเรียกอีกชื่อว่า Vector เครื่องจะเก็บข้อมูลที่เป็นสูตรคณิตศาสตร์ เช่นรูปวงกลมเกิดจากการวัดความห่างจากจุดศูนย์กลางไปยังบริเวณรอบ ๆ ด้วยระยะที่เท่ากัน โดยมีสีและตำแหน่งของสีที่แน่นอน ทำให้เวลาเคลื่อนย้ายหรือขยายขนาดภาพภาพจะไม่เสียรูปทรง มีความคมชัดเท่าเดิม

2.2.3 โปรแกรม Adobe After Effect

Adobe After Effect เป็นโปรแกรมที่ทำงานเกี่ยวกับวิดีโอ สามารถใช้ร่วมกับการทำงานกราฟฟิก 3D แอนิเมชัน หรือการเพิ่มความน่าสนใจให้กับภาพนิ่ง นอกจากนี้ After Effect ยังมีความสามารถหลักๆ อีกอย่างหนึ่งคือ การใส่ Effect ต่าง ๆ ให้กับวิดีโอเพื่อเพิ่มความสมจริงหรือเกินจริงให้กับชิ้นงานนั้น ๆ โดยภายในโปรแกรมจะมีเอฟเฟกต์ให้เลือกใช้เป็นจำนวนมาก พร้อมทั้งรองรับการลง Plug-in เสริมสำหรับผู้ที่ต้องการฟังก์ชันเพิ่มเติมด้วย

โครงการนี้ใช้โปรแกรม After Effect ในการทำคอนเทนต์โปรโมทภาพยนตร์ที่เข้าระบบ IMAX ผ่านสื่อออนไลน์ รวมถึงการแก้ไข ตัดต่อวิดีโอโปรโมทระบบและโรงพิเศษของ เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ สำหรับขึ้นจอในสาขาหรือในโรงภาพยนตร์



รูปที่ 2.15 โลโก้โปรแกรมที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

TNI

บทที่ 3

แผนงานการปฏิบัติงานและขั้นตอนการดำเนินงาน

3.1 แผนงานการฝึกงาน

3.1.1 แผนงานปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

หัวข้องาน	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4
ศึกษาและเก็บข้อมูลงานที่ต้องทำ				
ตัดต่อรูปและวิดีโอลง Facebook Page				
ออกแบบสื่อโปรม์ชั้นสำหรับแต่ละสาขา				
ถ่ายและแต่งรูปโรงสำหรับทำวิดีโอโปรม์				
ทำวิดีโอโปรม์โรง				
คิดโครงการงานและทำรูปเล่ม				
นำเสนอและแก้ไขรูปเล่มโครงการงาน				

ตารางที่ 3.1.1 แผนการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

3.1.2 ตัวอย่างงานอื่น ข้างส่วนระหว่างการศึกษา

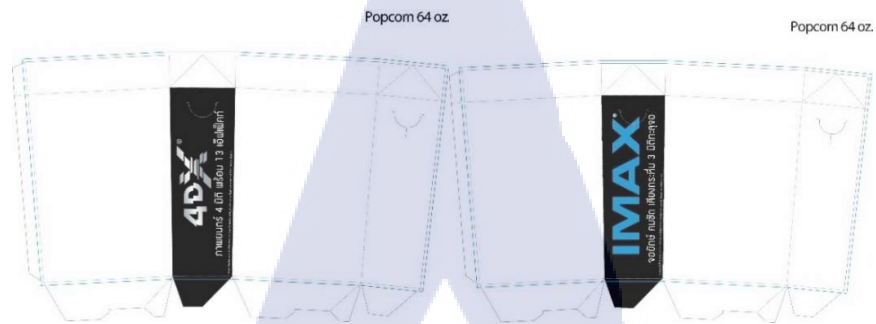
true 4DX

Independence Day 2 (4DX)
สงครามใหม่วันบดโลก(ดิจิตอล 4 มิติ)

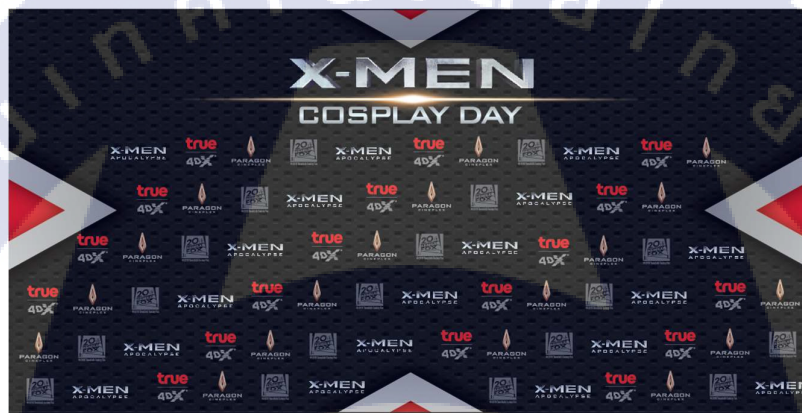
12.00 **15.00** 17.50 20.00

soundtrack **1Hr59Min**

รูปที่ 3.1 ป้าย Showtime สำหรับแต่ละสาขา



รูปที่ 3.2 แถบกล่องป๊อปคอร์นสำหรับภาพยนตร์ที่เข้าระบบ IMAX และ 4DX



รูปที่ 3.3 ตัวอย่าง Backdrop สำหรับงานอีเวนต์ต่างๆ



รูปที่ 3.4 ตัวอย่าง e-card และบัตรชมภาพยนตร์ สำหรับรอบสื่อ

3.2 รายละเอียดโครงการ

3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

โครงการนี้มีกลุ่มเป้าหมายคือ นักศึกษาและคนวัยทำงาน เนื่องจากเป็นวัยที่ชอบลองอะไรใหม่ๆ และมีกำลังพอที่จะซื้อบัตรชมภาพยนตร์ในระบบพิเศษ รวมถึงเป็นวัยที่นิยมใช้สื่อออนไลน์เช่น Facebook

3.2.2 โปรแกรมที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

โปรแกรม Adobe Master Collection CS6

เป็นโปรแกรมพื้นฐานการออกแบบ โดยมีฟังก์ชันพื้นฐานในการทำงานทั่วไป สามารถดาวน์โหลดโปรแกรมได้จาก <http://www.adobe.com> โปรแกรมที่ใช้ในการทำงาน ได้แก่ Adobe Photoshop, Adobe Illustrator และ Adobe After Effect

3.2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ได้รับมอบหมายงานจากพี่เลี้ยง และพี่ๆ ในทีม โดยพี่จะกำหนดงานมาตามภาพยนตร์ที่จะเข้าฉาย จึงต้องมีการศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับหนังเรื่องนั้น ๆ รวมถึงหาภาพในการนำมาคอนเทนต์

3.3 ขั้นตอนการดำเนินงานที่นักศึกษาปฏิบัติงาน

ในการทำงานตลอดระยะเวลา 4 เดือน นักศึกษาได้รับมอบหมายให้ทำงานในส่วนต่าง ๆ เช่น ตัดต่อรูป ทำคอนเทนต์ลง Facebook Page และทำวิดีโอโปรโมทโรงภาพยนตร์พิเศษ (VIP) ของเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์

มีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

1. ได้รับมอบหมายงานให้พัฒนาสื่อโฆษณาที่ใช้ในสื่อออนไลน์
2. ศึกษาเนื้อหาและรูปแบบคอนเทนต์ที่ทำมาก่อนหน้านี้
3. ทำคอนเทนต์ในรูปแบบต่าง ๆ ให้มีความหลากหลายมากขึ้นเพื่อนำลง Facebook Page
4. ถ่ายรูปโรงระบบพิเศษของเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์
5. ตกแต่งรูปและนำมาตัดต่อเป็นวิดีโอสำหรับโปรโมท
6. นำเสนอและแก้ไข

บทที่ 4

สรุปผลการดำเนินงาน การวิเคราะห์และสรุปผลต่าง ๆ

4.1 ขั้นตอนและผลการดำเนินงาน

งานที่ได้รับมอบหมายคือการพัฒนาคอนเทนต์ เพื่อเพิ่มความสนใจและเพิ่มความหลากหลายให้คอนเทนต์ที่จะใช้โฆษณาในสื่อออนไลน์ ซึ่งมีปัจจัยหลายอย่างที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาคอนเทนต์ ดังนั้นก่อนการทำงานจึงต้องทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับคอนเทนต์ เช่น ความแตกต่างระหว่างโรงปกติกับโรงระบบ IMAX และ 4DX รูปแบบและโทนสีของแต่ละระบบ และข้อมูลที่ต้องมีก่อนการทำคอนเทนต์ในแต่ละเรื่อง หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลได้เริ่มการพัฒนาคอนเทนต์ โดยมีขั้นตอนการทำงานดังนี้



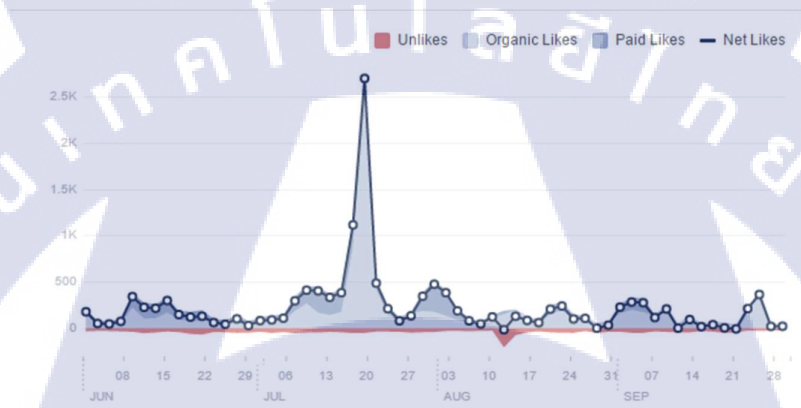
รูปที่ 4.1 ตัวอย่างคอนเทนต์ที่ลูกค้าให้ความสนใจ



รูปที่ 4.2 ตัวอย่างการพัฒนาคอนเทนต์โดยการนำความรู้การติดต่อเข้ามาช่วย(เพิ่มท้องฟ้าด้านขวา)

1. ศึกษาเนื้อหา และข้อมูลที่ต้องใช้ในการทำสื่อโฆษณาออนไลน์
2. ดูรูปแบบคอนเทนต์และสังเกตจำนวนคนที่สนใจ
3. ปรับรูปแบบคอนเทนต์ โดยนำหลักการออกแบบมาช่วยในการทำงาน
4. ปรับเนื้อหาคอนเทนต์ให้ตามกระแสและความสนใจของลูกค้ามากขึ้น
5. เพิ่มรูปแบบคอนเทนต์ให้มีความหลากหลาย เช่น ทำเป็นวิดีโอหรือ GIF

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล



รูปที่ 4.3 ภาพแสดงจำนวนยอดไลค์ที่มากขึ้นในช่วงระยะเวลา 4 เดือน



รูปที่ 4.4 ภาพแสดงความแตกต่างระหว่างคอนเทนต์ก่อนและหลังการพัฒนารูปแบบ

จากการพัฒนารูปแบบและเพิ่มความน่าสนใจให้กับคอนเทนต์ ทำให้ Facebook Page มียอดไลค์เพิ่มขึ้น และทำให้ทราบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสนใจกับคอนเทนต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหนัง เช่น ข้อควรรู้ก่อนไปดูหนัง หรือรายละเอียดตัวละคร และให้ความสนใจกับคอนเทนต์ที่เป็นวิดีโอมากกว่าภาพนิ่ง แต่ต้องเป็นวิดีโอที่มีระยะเวลาไม่นานเกินไป รวมถึงคอนเทนต์ที่เป็นแก๊กสั้นๆ โดยเนื้อหาต้องอิงจากกระแสช่วงนั้น จะมียอดแชร์เพิ่มมากขึ้น

4.3 วิเคราะห์และวิจารณ์ข้อมูลโดยเปรียบเทียบผลที่ได้รับกับวัตถุประสงค์และจุดมุ่งหมายในการปฏิบัติงานหรือการจัดทำโครงการ

จากวัตถุประสงค์ของโครงการพัฒนาสื่อโฆษณาโดยใช้สื่อออนไลน์

1. เพื่อเพิ่มฐานลูกค้าของโรง IMAX และ 4DX
2. เพื่อให้คอนเทนต์ในสื่อออนไลน์ มีความหลากหลายและมีความน่าสนใจมากขึ้น
3. เพื่อนำหลักการการออกแบบ มาช่วยพัฒนาและปรับปรุงคอนเทนต์
4. เพื่อนำความรู้และคำแนะนำจากการสทกไปใช้งานได้จริง

เมื่อเปรียบเทียบกับผลที่ได้หลังจากมีการพัฒนารูปแบบคอนเทนต์ จะเห็นว่ามีผลตอบรับดีขึ้นตามที่ตั้งจุดประสงค์ไว้ โครงการนี้สามารถนำไปเป็นแบบในการออกแบบคอนเทนต์ในการทำงานขึ้นต่อไปได้

TNI

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการดำเนินงาน

จากการพัฒนารูปแบบและเพิ่มความหลากหลายของคอนเทนต์ที่ใช้ในการโฆษณาภาพยนตร์ผ่านทางสื่อออนไลน์ ทำให้มีคนสนใจและมียอดไลค์ต่อรูปเพิ่มมากขึ้น รวมถึง Facebook Page เป็นที่รู้จักของคนวงกว้างขึ้น เนื่องจากมีคนสนใจและแชร์คอนเทนต์ไปในหน้า Facebook ของตัวเอง

5.2 แนวทางการแก้ไขปัญหา

จากการทำโครงการพบว่า การโฆษณาผ่านทางสื่อออนไลน์ นอกจากเรื่องความสวยงามและรูปแบบที่หลากหลายของคอนเทนต์แล้ว ยังมีปัจจัยเรื่องเนื้อหาของคอนเทนต์ เวลา และกลุ่มเป้าหมายที่เป็นปัจจัยหลักในการเพิ่มจำนวนยอดไลค์ หรือจำนวนคนที่เห็นคอนเทนต์เราด้วย ดังนั้นแนวทางการแก้ไขปัญหาที่สำคัญคือ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน เพื่อสำรวจช่วงเวลาที่กลุ่มเป้าหมายใช้สื่อออนไลน์ เนื้อหาและรูปแบบคอนเทนต์ที่ลูกค้าให้ความสนใจ ถ้าเรามีเป้าหมายที่ชัดเจนคอนเทนต์ที่ทำออกมาก็จะได้รับความสนใจและสามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

5.3 ข้อเสนอแนะจากการดำเนินงาน

จากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาตลอดระยะเวลา 4 เดือน พบว่าในการทำสื่อโฆษณาออนไลน์ และการออกแบบคอนเทนต์นั้น มีเงื่อนไขมากกว่าที่เราเห็น ในการทำงานควรคุยและกำหนดสัดส่วนคอนเทนต์แต่ละประเภทให้แน่นอน เช่น มีคอนเทนต์เกี่ยวกับหนัง คอนเทนต์กิจกรรม คอนเทนต์ตามกระแส ควรกำหนดสัดส่วนให้ชัดเจน เพราะถ้าเราไม่กำหนดถึงเวลาทำคอนเทนต์จริง ๆ จะทำให้งานมีประสิทธิภาพไม่เต็มที่ เราอาจจะส่งข้อมูลได้ไม่ครบตามที่ต้องการ เนื้อหาที่ทำไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควร หรือบางครั้งคอนเทนต์จะขาดช่วงเพราะลืมว่าต้องส่งคอนเทนต์อะไรลงไปบนสื่อออนไลน์บ้าง

ในส่วนของ การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาที่ บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด เป็นบริษัทที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ นักศึกษาได้รับประสบการณ์ที่หลากหลาย ได้ทำงานเหมือนพนักงานคนหนึ่งบริษัท ทำให้มีความรับผิดชอบ สามารถปฏิบัติงานได้จริง นอกจากประสบการณ์ในด้านมัลติมีเดียแล้ว ในการสหกิจศึกษาครั้งนี้ยังได้รับความรู้เพิ่มเติมในสายงานการตลาดอีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

1. 100Y Design, 2554, การประมวลผลภาพกราฟฟิกของคอมพิวเตอร์ [online] , Available :
http://www.100ydesign.com/column.php?id=000103%23.u_v7prysyfy [27 กันยายน 2559].
2. 2557, โปรแกรม Photoshop คืออะไร [online] , Available :
<http://www.itgenius.co.th/article/%E0%B9%82%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B9%81%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%A1%20Photoshop%20%E0%B8%84%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%B0%E0%B9%84%E0%B8%A3.html>
 [27 กันยายน 2559].
3. returnwind , 2554 , มารู้จักกับโปรแกรม After Effect [Online] , Available:
<http://returnwind.exteen.com/011071/after-effect> [27 กันยายน 2559].
4. Silinthip Tuanaiam , 2556 , Social Media คืออะไร [Online] , Available:
<http://ajampere.blogspot.com/2013/02/social-media.html> [26 ตุลาคม 2559].
5. 2558 , SMM (Social Media Marketing) การตลาดที่พลาดไม่ได้ [Online], Available:
http://www.kasikornbank.com/TH/SME/KSMEKnowledge/MarketingTips/Pages/SMM_SocialMediaMarketing.aspx [26 ตุลาคม 2559].
6. 2556 , Facebook ? [Online], Available: <http://guru.sanook.com/6970/> [26 ตุลาคม 2559].
7. saewin , 2558 , การตลาดบนเฟสบุ๊ก [Online], Available:
<http://e-marketer-online.com/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%95%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%94%E0%B8%9A%E0%B8%99%E0%B9%80%E0%B8%9F%E0%B8%AA%E0%B8%9A%E0%B8%B8%E0%B9%8A%E0%B8%84/> [26 ตุลาคม 2559].

8. Nextrix , 2559 , Facebook Marketing : การทำการตลาดบน Facebook [Online], Available:

<http://www.nextrix.com/internet-marketing/facebook-marketing-services.html> [26 ตุลาคม 2559].

9. charathBank , 2556 , 6 ข้อน่าคิดในการทำการตลาดผ่าน Facebook [Online], Available:

<http://thumbsup.in.th/2013/11/do-dont-for-facebook-marketing/> [26 ตุลาคม 2559].

10. เบญสิริยา ปานบุญเดช , 2559 , หลักและทฤษฎีในการออกแบบ [Online], Available:

<http://www.km-web.rmutt.ac.th/?cat=6> [26 ตุลาคม 2559].

11. Perth @ GrowthBee.com , 2558 , สรุปทุกอย่างของ Content Marketing ที่คุณต้องอ่าน !! มันคืออะไรทำไมต้องใช้ และตัวอย่างการทำแบบละเอียด [Online], Available:

<http://www.growthbee.com/what-is-content-marketing/> [26 ตุลาคม 2559].

12. VadiForte , 2559 , สร้าง Content Marketing ให้ยอดแชร์พุ่งเหนือทุกมิติด้วย 6 STEPPS !! [Online],

Available: <http://www.growthbee.com/content-marketing-engagement/> [26 ตุลาคม 2559].

ภาคผนวก

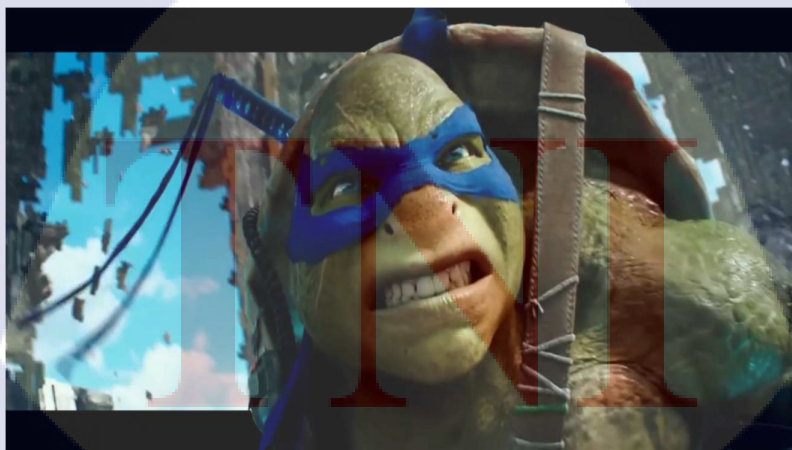
TNI



ตัวอย่างคอนเทนต์ที่เน้นข้อความให้เห็นเด่นชัด



ตัวอย่างการพัฒนาคอนเทนต์เดิมให้มีความน่าสนใจมากขึ้น



ตัวอย่างการเพิ่มรูปแบบคอนเทนต์ให้มีความหลากหลาย (ทำเป็นคลิปเป็น 3D)



ตัวอย่างการเพิ่มรูปแบบคอนเทนต์ให้มีความหลากหลาย (ทำ GIF แสดงเอฟเฟกต์ระบบ 4DX)



รูปแสดงจำนวนยอดไลค์ที่เพิ่มขึ้นหลังจากการพัฒนาคอนเทนต์

ประวัติผู้จัดทำโครงการ

ชื่อ – สกุล	พินิตา พร้อมเทพ
วัน เดือน ปีเกิด	12 เมษายน 2538
ประวัติการศึกษา	
ระดับประถมศึกษา	ประถมศึกษาตอนปลาย พ.ศ. 2549 โรงเรียนฤทธิยะวรรณาลัย(ประถม)
ระดับมัธยมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น - ปลาย พ.ศ. 2555 โรงเรียนฤทธิยะวรรณาลัย(มัธยม)
ระดับอุดมศึกษา	คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาเทคโนโลยีมัลติมีเดีย พ.ศ. 2556 - ปัจจุบัน สถาบันเทคโนโลยีไทย - ญี่ปุ่น
ทุนการศึกษา	- ไม่มี -
ประวัติการฝึกอบรม	- ไม่มี -
ผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์	- ไม่มี -



TNI