

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีบทบาทต่อการสร้างสรรค์
สื่อโฆษณาแบบไวรัลประเภทภาพเคลื่อนไหว

ผู้เขียน

นายธิดุติ ไชยวงศ์

ปริญญา

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ ชีรภัทร วรรณอุดม

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบที่มีผลในการสร้างสรรค์สื่อโฆษณาแบบไวรัลประเภทภาพเคลื่อนไหว และวิเคราะห์ถึงความเข้าใจและมุมมองของผู้บริโภคที่มีต่อสื่อโฆษณาแบบไวรัลประเภทภาพเคลื่อนไหว ในการศึกษาี้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) และแบ่งการศึกษาข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน เพื่อหาจุดร่วมในการสร้างสรรค์สื่อโฆษณาแบบไวรัลประเภทภาพเคลื่อนไหวระหว่างผู้ส่งสารคือนักสร้างสรรค์โฆษณากับผู้รับสารคือกลุ่มของผู้บริโภค ซึ่งการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในกลุ่มของนักสร้างสรรค์โฆษณา และใช้การสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Focus Group) ในกลุ่มผู้บริโภค จากผลการศึกษาพบว่า

1. องค์ประกอบที่มีผลต่อการสร้างสรรค์สื่อโฆษณาแบบไวรัลประเภทภาพเคลื่อนไหวสามารถจำแนกได้ ดังนี้ ตราสินค้า แคมเปญ (campaign) ชื่อวิดีโอคลิป ความยาว รูปแบบการนำเสนอ ช่องทางการเผยแพร่ เนื้อหา การใช้ภาพ เสียง คำบรรยาย แรงจูงใจในการโฆษณา และรูปแบบของแพลตฟอร์ม ซึ่งแต่ละส่วนล้วนมีความสำคัญที่จะทำให้การประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการประสบผลสำเร็จ

2. สำหรับในส่วนของการเข้าถึงสื่อและข้อมูลความเข้าใจมุมมองของผู้บริโภคที่มีต่อสื่อโฆษณาแบบไวรัลประเภทภาพเคลื่อนไหวนั้น พบว่ากลุ่มผู้บริโภครับสื่อผ่านทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุดในชีวิตประจำวัน และความคิดเห็นที่มีสื่อโฆษณาแบบไวรัลประเภทภาพเคลื่อนไหวพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความต้องการให้สื่อโฆษณาให้สามารถเข้าใจได้ง่ายมากยิ่งขึ้น และสื่อโฆษณาควรจะมีอธิบายที่ชัดเจนในเนื้อหาที่เกี่ยวกับสินค้าบริการ

Independent Study Title	Analysis of Factor Having Roles on Viral Video Advertising Media Creation
Author	Mr.Thitiwut Chaiwong
Degree	Master of Arts (Media Arts and Design)
Independent Study Advisor	Assoc. Prof. Teerapat Wannaruemol

ABSTRACT

This independent study's objectives are to analyze factor of having roles on viral video advertising media creation, also to analyze understanding and vision of consumer on viral video advertising media. In this study, information is collected by using qualitative research method which is divided into two parts; in order to find out - what is related point of viral video advertising media creation between sender (media creator) and recipient (consumer). As from delve interview in advertising creator group by using focus group method, it appears that;

1. Factors which affect on viral video advertising media creation, can be divided into these following; brand, campaign, name of video clip, length, format of presentation, broadcasting method, substance, picture, sound, description, motivation in advertisement and format of video. All of these factors are important to make product or service advertisement successful.

2. In the topic of "media access and understanding in vision of consumer on viral video advertising media", consumer group mostly access to media via internet in daily life. They demand that advertising media should be easier to understand, and also product or service explanation should be clear.