



กระบวนการจัดการทำโฆษณาและคอนเทนต์บนสื่อสังคมออนไลน์

สโมสรสงขลา เอฟซี

หลักสูตรนิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา

ผู้จัดทำโครงงาน
นาย พุฒิธร นุชทองม่วง

อาจารย์ที่ปรึกษา
ผศ.ดร. ธนภัทร เต็มรัตนกุล

ที่มาและความสำคัญ

สื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินงานขององค์กรกีฬาอาชีพ โดยเฉพาะสโมสรฟุตบอลที่ต้องอาศัยการสื่อสารอย่างต่อเนื่องกับแฟนบอล ชุมชน และผู้สนับสนุน (สปอนเซอร์) เพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์และรักษาภาพลักษณ์ของสโมสร การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาเสพสื่อผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลมากขึ้น ทำให้สโมสรจำเป็นต้องพัฒนาแนวทางการประชาสัมพันธ์และการตลาดให้สอดคล้องกับยุคสมัยสำหรับสโมสรสงขลา เอฟซี การได้รับการสนับสนุนจากสปอนเซอร์ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนทีม ทั้งในด้านงบประมาณ การจัดการแข่งขัน และการพัฒนาศักยภาพนักกีฬา ดังนั้น การจัดทำโฆษณาและการโปรโมทสปอนเซอร์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นกลไกสำคัญในการสร้างคุณค่าให้กับผู้สนับสนุน โดยช่วยเพิ่มการมองเห็นแบรนด์ (Brand Awareness) และสร้างการมีส่วนร่วม (Engagement) กับกลุ่มแฟนบอล การผลิตสื่อในรูปแบบวิดีโอและคอนเทนต์ออนไลน์ที่มีความสร้างสรรค์ ทันสมัย และสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของสโมสร จะช่วยเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและความเป็นมืออาชีพ อีกทั้งยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสโมสรกับผู้สนับสนุนในระยะยาว ส่งผลให้เกิดความร่วมมืออย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเรียนรู้กระบวนการทำงานด้านสื่อและการตลาดของสโมสรฟุตบอลอาชีพ
2. เพื่อพัฒนากิจกรรมด้านการผลิตวิดีโอและการสร้างสรรค์คอนเทนต์บนสื่อสังคมออนไลน์
3. เพื่อฝึกการทำงานร่วมกับทีมงานและการประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ
4. เพื่อนำความรู้จากการศึกษาไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานจริง

วิธีการดำเนินงาน

ในการผลิตสื่อวิดีโอและคอนเทนต์ประชาสัมพันธ์ สามารถอธิบายผ่านหลักการ 3P ซึ่งเป็นแนวคิดมาตรฐานในงานผลิตสื่อ ประกอบด้วย
1) Pre-production (ขั้นเตรียมการผลิต) เป็นขั้นตอนการวางแผนก่อนการดำเนินงานจริง ได้แก่ การรับบริฟงาน การวิเคราะห์วัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดแนวคิด (Concept) การค้นคว้าข้อมูล การเขียนบท (Script) และการจัดทำสตอรี่บอร์ด (Storyboard) เพื่อกำหนดทิศทางของการสื่อสารอย่างชัดเจน
2) Production (ขั้นตอนการผลิต) เป็นขั้นตอนการถ่ายทำตามแผนที่กำหนด โดยคำนึงถึงองค์ประกอบด้านภาพ แสง เสียง และการจัดองค์ประกอบภาพให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของสาร ทั้งนี้ต้องดำเนินงานตามแผนอย่างมีระบบและมีการควบคุมคุณภาพอย่างเหมาะสม
3) Post-production (ขั้นตอนหลังการผลิต) เป็นขั้นตอนการตัดต่อและปรับแต่งผลงาน ได้แก่ การเรียบเรียงลำดับภาพ การบันทึกเสียงบรรยาย การใส่ดนตรีประกอบ การจัดทำกราฟิก ข้อความ และโลโก้สปอนเซอร์ รวมถึงการปรับแต่งเสียงและภาพก่อนการเผยแพร่
หลักการ 3P จึงเป็นกระบวนการสำคัญที่ช่วยให้การผลิตสื่อมีความเป็นระบบ ลดข้อผิดพลาด และเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารองค์กร

ผลการดำเนินงาน



ดำเนินการผลิตวิดีโอโฆษณาเพื่อโปรโมทสปอนเซอร์ และสร้างสรรค์คอนเทนต์ที่มีการมีส่วนร่วม กับนักฟุตบอลและแฟนบอล เผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของ สงขลา เอฟซี โดยเนื้อหามุ่งเน้น การสื่อสารภาพลักษณ์ของสโมสรควบคู่กับการสร้างคุณค่าให้แก่ผู้สนับสนุน ส่งผลให้เกิดการรับรู้แบรนด์ (Brand Awareness) และเพิ่มการมีส่วนร่วม (Engagement) บนแพลตฟอร์มออนไลน์



SCAN
NOW

สรุปผล

การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาในตำแหน่ง MEDIA ณ สโมสรฟุตบอล สงขลา เอฟซี ทำให้ได้พัฒนากิจกรรมเชิงวิชาชีพด้านการผลิตสื่อดิจิทัลอย่างครบวงจร ตั้งแต่การวางแผนแนวคิด การออกแบบสตอรี่บอร์ด การถ่ายทำ ตัดต่อ และเผยแพร่คอนเทนต์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

การทำโฆษณาโปรโมทสปอนเซอร์ควบคู่กับคอนเทนต์ที่สร้างปฏิสัมพันธ์กับนักฟุตบอลและแฟนบอล ช่วยให้เข้าใจบทบาทของสื่อในฐานะเครื่องมือ เชิงกลยุทธ์ขององค์กรกีฬา ทั้งด้านการสร้างภาพลักษณ์ การเพิ่มการรับรู้แบรนด์ และการสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย

นอกจากนี้ ยังได้พัฒนากิจกรรมการทำงานเป็นทีม การบริหารเวลา การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า และความรับผิดชอบต่องานที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ องค์กร ประสบการณ์ที่ได้รับในครั้งนี้ถือเป็นพื้นฐานสำคัญที่สามารถต่อยอดสู่การทำงานด้านสื่อและการผลิตคอนเทนต์ในระดับมืออาชีพได้ในอนาคต

ระยะเวลาปฏิบัติงาน 3 พฤศจิกายน 2568 - 20 กุมภาพันธ์ 2569