

บทที่ 2

การพรีเซนเตชัน

ความหมายของงานพรีเซนเตชัน (Presentation)

การ Presentation หมายถึงการนำเสนอเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร หรือเรื่องราวสู่กลุ่มเป้าหมาย ผ่านทางสื่อ Presentation หลากชนิดผสมผสานกัน เพื่อส่งเสริมให้การสื่อสารนั้นน่าสนใจ น่าติดตามประทับใจ ควบคู่ไปกับความรู้สึก คุณภาพของการสื่อสารที่ดีจะส่งผลให้การสื่อสารบรรลุจุดประสงค์ที่ตั้งไว้

วัตถุประสงค์ในการจัดงาน Presentation

งาน Presentation ที่จัดขึ้น สามารถแบ่งวัตถุประสงค์ได้ 2 ข้อประการ คือ

1. เพื่อส่งเสริมการตลาด

การจัดงาน Presentation เพื่อส่งเสริมการตลาดมีลักษณะเป็นการเผยแพร่สินค้า มีการให้ข่าวสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้า โดยมุ่งให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความเข้าใจสนใจ เรียนรู้และรับรู้ข่าวสารอย่างรวดเร็วเพื่อนำไปเผยแพร่ต่อไป งาน Presentation เพื่อการส่งเสริมการตลาด ยกตัวอย่างเช่น งานแถลงข่าวต่อสื่อมวลชนงานเปิดตัวสินค้าใหม่ งานประกวดความงาม งานประชุมกลุ่มตัวแทนจำหน่าย เป็นต้น ซึ่งแต่ละงานก็มีกลุ่มเป้าหมายต่างกัน จึงต้องมีการแบ่งย่อยตามกลุ่ม เป้าหมายของงาน คือ

กลุ่มสื่อมวลชน (press)การจัดงาน Presentation สำหรับสื่อมวลชนส่วนมากจะเป็นการแถลงข่าวเพื่อให้สื่อมวลชนได้ข้อมูลที่ต้องการเพื่อนำไปทำการเผยแพร่ต่อไป

¹ วิทยา เกตุขจรเจริญ, " มิกซ์ มีเดีย (Mixed Media) การใช้สื่อผสมในการพรีเซนเตชัน," (สารนิพนธ์วารสารศาสตร์บัณฑิต สาขาโฆษณาและประชาสัมพันธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534), หน้า 3-7.

กลุ่มตัวแทนจำหน่าย (dealer) การจัดงาน Presentation ลักษณะนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งสร้างความมั่นใจในตัวสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับสินค้าใหม่ที่สามารถขายได้ ข้อมูลที่สื่อสารจะแสดงให้เห็นว่าสินค้าดีมีคุณภาพ และมีแผนการตลาดที่รองรับในการเข้าสู่ตลาดคู่แข่ง

กลุ่มผู้บริโภค (consumer) งาน Presentation ลักษณะนี้กลุ่มเป้าหมายคือลูกค้า จึงมุ่งสร้างความประทับใจและคุณประโยชน์ของสินค้าว่ามีดีเหนือคู่แข่ง ตัวอย่างของงานประเภทนี้ได้แก่ งานเปิดตัวโครงการต่างๆ งานเปิดตัวสินค้า ซึ่งในงานอาจเปิดโอกาสให้ลูกค้าสั่งจองสินค้าในงานได้

2. เพื่อภาพพจน์ขององค์กร

การจัดงาน Presentation เพื่อภาพพจน์ขององค์กร จะมีลักษณะเป็นงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งบางครั้งอาจผสมกับการตลาดงานลักษณะนี้มุ่งให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้สึกที่ดีและประทับใจบริษัท

การฟรีเซนต์

กระบวนการสร้างงาน Presentation มีลักษณะคล้ายงานโฆษณา คือ

1. เริ่มจากการรับข้อมูลจากลูกค้า (รับ Brief) ในขั้นนี้ลูกค้าจะบอกความต้องการรูปแบบงานอย่างไรโดยคร่าวๆ และให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่องานบางส่วน

2. ทางบริษัท Presentation นำข้อมูลมาทำการศึกษาและวิเคราะห์เพื่อกำหนดแนวความคิดหลัก (Concept) และกำหนดรายละเอียดปลีกย่อยเช่น วัตถุประสงค์ของงาน กลุ่มเป้าหมาย จำนวนคนในงาน สถานที่จัดงาน เครื่องอำนวยความสะดวกประมาณในการจัดงาน ฯลฯ

3. เมื่อได้ความคิดหลักของงานแล้วก็จะเริ่มวางยุทธวิธี (Strategy) ว่าควรจะใช้สื่ออย่างไรจึงจะเหมาะสม

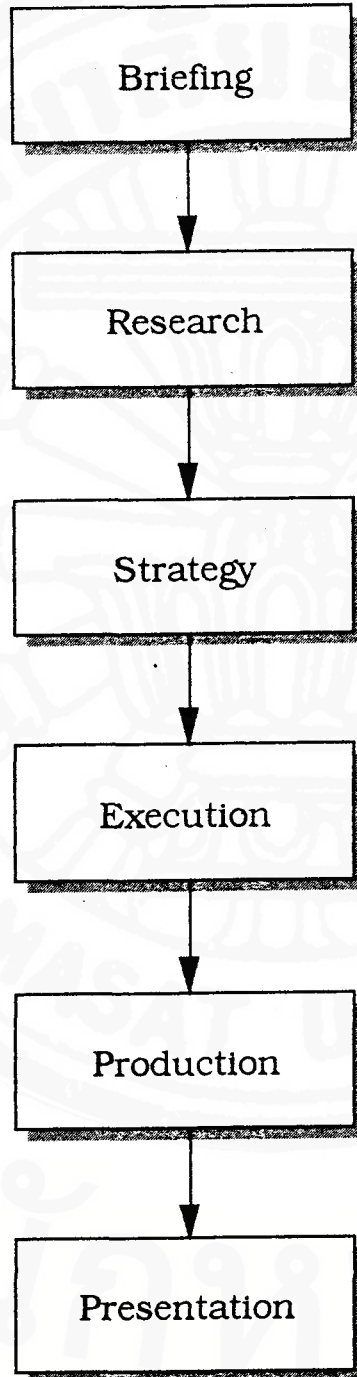
4. ขั้นต่อมาคือขั้นของการสร้างสรรค์งาน (Creative) ซึ่งมีความหมายรวมถึงการสร้างสรรค์งานทุกด้านคือ การเขียนสคริปต์การออกแบบโครงงาน การออกแบบฉาก การเลือกชุดการแสดง การกำหนดระบบแสง ระบบเสียง ฯลฯ ในขั้นนี้บริษัท Presentation ที่เป็นเพียง Organizer ก็จะต้องติดต่อ Supplier ให้มารับผิดชอบด้านต่างๆของงานไม่ว่าจะเป็นทางเวที ทางแสงสีเสียง หรือแม้กระทั่งการผลิตสื่อต่างๆอาจจะให้ Production House หรือ Freelance เป็นผู้ผลิต

5. ขั้นตอนการผลิต (Production) เมื่อทุกฝ่ายรับรู้รายละเอียดของงานแล้วก็จะดำเนินงานตามหน้าที่รับผิดชอบของตนเพื่อให้งานทุกอย่างเสร็จตามที่หมายกำหนดการกำหนดไว้ ฝ่ายฉากก็จะออกแบบ และติดตั้งฉาก ฝ่ายสื่อก็จะผลิตสื่อ ฝ่ายเสียงและแสงก็จะติดตั้งระบบเสียงและแสง เมื่อทุกฝ่ายทำงานเสร็จเรียบร้อยแล้ว ก็จะมีการซักซ้อมคิวต่างๆ ทั้งคิวไฟ คิวเสียง คิวการแสดง คิวสื่อ และคิวพิธีกร ทั้งนี้เพราะการซ้อมบ่อยๆจะช่วยให้ความผิดพลาดที่เกิดขึ้นในงานมีน้อยที่สุด

เนื่องจากบริษัทที่รับทำงาน Presentation มีจำนวนมาก ในการที่ลูกค้าจะเลือกใช้บริการของบริษัท Presentation ใดนั้น จะต้องพิจารณาถึงความเหมาะสม โดยในบางครั้งลูกค้าอาจให้บริษัท Presentation หลายๆบริษัทมาเสนองานแข่งกัน (Pitch) เพื่อจะได้มีโอกาสเลือกใช้บริการของบริษัท Presentation ที่ตนพอใจ

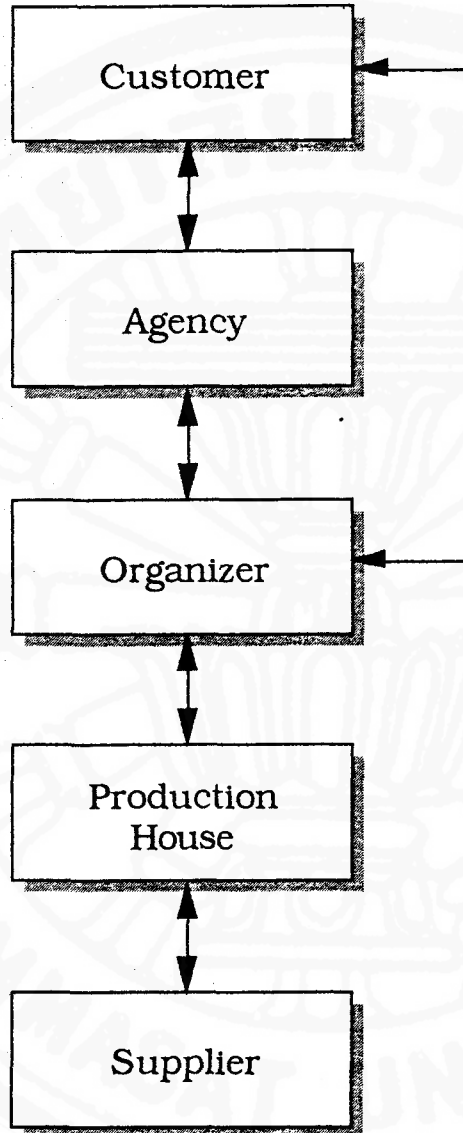
แผนภูมิแสดงขั้นตอนการผลิตงาน

Presentation



ในการผลิตงาน Presentation จะมีบริษัทที่รับผลิตงานด้านนี้โดยเฉพาะ คือเป็น Organizer เป็นผู้รับงานจากบริษัทโฆษณา (Agency) ซึ่งเป็นบริษัทตัวแทนของลูกค้าหรือจากลูกค้าโดยตรง แล้วมาดำเนินงานต่างๆคือ วางความคิดโดยรวมของงาน จัดหา Production House หรือ Freelance เพื่อผลิตสื่อที่ใช้ในงาน Presentation จากนั้นก็ติดต่อเช่าอุปกรณ์ที่จำเป็นจากบริษัทให้เช่าอุปกรณ์ (Supplier) ระหว่างการผลิต Organizer จะทำหน้าที่ประสานงานระหว่างลูกค้ากับ Supplier เพื่ออำนวยความสะดวกในการผลิตและติดตามงานจนถึงวันงาน Presentation

แผนภูมิการติดต่อกับงานของบริษัท Presentation



สื่อที่ใช้ในงาน Presentation

สื่อคือตัวกลางในการนำสารไปสู่ผู้รับ ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารประเภทใด ข่าวสารจะต้องถูกผ่านไปตามช่องทาง สื่อสามารถย่นเวลาในการถ่ายทอดความคิด ความเข้าใจ การเรียนรู้ และสื่อยังส่งเสริมให้ผู้รับสนใจและประทับใจกับความรู้ สื่อจึงเป็นสิ่งสำคัญมากต่องาน Presentation เพราะสื่อสามารถส่งสารกับผู้รับได้อย่างรวดเร็วและได้ผลมาก ดังนั้นสื่อต่างๆ จึงถูกนำมาใช้ในงาน Presentation ไม่ว่าจะป็นสื่อวิดีโอ สื่อสไลด์ บอร์ดนิทรรศการ ฯลฯ โดยที่การใช้สื่อพิจารณาจากการเข้าถึงสื่อของผู้รับ คุณสมบัติของสื่อแต่ละชนิด และความเหมาะสมกับสถานที่ เวลา งบประมาณ กลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น

ประเภทของสื่อ Presentation

สื่อ Presentation ที่นิยมใช้ในงาน Presentation โดยทั่วไปคือ²

1. เอกสารและสิ่งพิมพ์ สื่อเอกสารและสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในงาน Presentation อาจถูกนำไปจัดในรูปแบบ บอร์ดนิทรรศการ หรือเอกสารแจกในงาน สื่อเอกสารและสิ่งพิมพ์จะให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เข้าชมงาน

การเลือกใช้สื่อเอกสารและสิ่งพิมพ์ ต้องคำนึงถึง

1. ลักษณะของผู้รับสาร โดยจะต้องพิจารณาคุณลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย คือ

- เพศและอายุ ความแตกต่างของเพศและอายุ จะมีผลต่อความสนใจและความสามารถในการรับรู้ต่างกัน

- พื้นความรู้ คือความสามารถและประสบการณ์เดิมของผู้รับสาร เช่นพื้นฐานการศึกษา

2. งบประมาณในการผลิตสื่อ ทั้งนี้เพราะสิ่งพิมพ์ที่ตีจำเป็นต้องอาศัยการผลิตต้นแบบ และระบบการพิมพ์ที่มีคุณภาพ ซึ่งมักจะมีราคาแพง โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้ายอดการพิมพ์ต่ำ ราคาต่อชิ้นงานก็จะยิ่งสูงมาก

² ณรงค์ สมพงษ์, สื่อเพื่องานส่งเสริมเผยแพร่, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2530), หน้า 57-60.

ข้อดีและข้อจำกัดของสื่อเอกสารและสิ่งพิมพ์

ข้อดี

1. สามารถอ่านได้ตามสมรรถนะของแต่ละบุคคลโดยไม่จำกัดเวลา
2. เหมาะสำหรับการเก็บไว้เพื่ออ้างอิงหรือทบทวน
3. เหมาะสำหรับการผลิตเป็นจำนวนมากสำหรับเอกสารเผยแพร่
4. เป็นสื่อที่แสดงลำดับเนื้อหาได้ดีและบรรจุเนื้อหาได้มาก

ข้อจำกัด

1. ผู้ที่อ่านหนังสือไม่ออกไม่สามารถรับรู้ข่าวสาร
2. ผู้ที่ไม่สนใจอ่านก็จะไม่รับรู้ข่าวสารที่ผู้ผลิตต้องการส่ง
3. ถ้ามีการจัดเป็นบอร์ดนิตรรศการจะเปลืองพื้นที่

2. สไลด์มัลติวิชัน³ (Slide Multivision) เป็นวิวัฒนาการของการฉายสไลด์เริ่มจากเครื่องฉายเพียงหนึ่งเครื่อง เป็นระบบการฉายสไลด์มากกว่า 2 เครื่องขึ้นไป โดยมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาผสมผสาน ตัวอย่างเช่น การใช้คอมพิวเตอร์กราฟฟิกในการแต่งรูป การเลือกใช้สื่อสไลด์มัลติวิชัน ต้องคำนึงถึง

1. บทหรือสคริปต์ (Script) ทำหน้าที่เป็นตัวดำเนินเรื่องและควบคุมแนวทางของเรื่อง ภาพจะถูกกำหนดให้เป็นไปตามบท บทของสไลด์ต่างจากบทภาพยนตร์คือจะต้องไม่ซับซ้อนเข้าใจง่าย ดำเนินเรื่องไปในทางเดียว

บทของสไลด์มัลติวิชัน มีหลัก 3 ข้อ ดังต่อไปนี้

1. ต้องสั้นกระชับ
2. ง่ายต่อการเข้าใจ
3. เราอารมณ์ กระตุ้นความรู้สึกของผู้ชมได้

³ วิทยา เคหสุขเจริญ, อ้างแล้ว หน้า 13-18.

บทสไลด์มัลติวิชั่นจะแบ่งเป็น 3 ลักษณะ คือ

1. Emotional มุ่งความประทับใจและอารมณ์ร่วม เช่น งานครบรอบขององค์การ
2. Data เสนอข้อมูลข่าวสาร เช่น งานเปิดตัวสินค้าใหม่
3. Emotional+ Data เป็นการผสมผสานงาน 2 อย่างในกรณีที่เนื้อหาที่มีความหลากหลายจะเลือกจุดเด่น 2 แบบมาใช้โดยผสมผสานอย่างกลมกลืน

2. จำนวนเครื่อง

สิ่งที่กำหนดจำนวนเครื่อง คือ

1. แนวทางหรือโทน (Tone) ของเรื่อง ถ้าโทนเรื่องเน้นความน่าตื่นเต้นเร้าใจ ภาพเปลี่ยนอย่างรวดเร็ว ต้องใช้เครื่องฉายสไลด์ตั้งแต่ 8 เครื่องขึ้นไปต่อ 1 จอภาพ แต่ถ้าโทนเรื่องแบบนุ่มนวล ภาพเปลี่ยนช้า ใช้เครื่องฉาย 4 เครื่องก็พอ
2. ขนาดจอ ในการฉายสไลด์มัลติวิชั่นบนจอบางแบบ ต้องใช้เครื่องฉายเป็นจำนวนมาก เช่น การฉายแบบพาโนรามา (Panorama) ต้องใช้ตั้งแต่ 12 เครื่องขึ้นไป
3. งบประมาณ ถ้าลูกค้ามีงบประมาณมาก จะสามารถเลือกทำสไลด์มัลติวิชั่นแบบพาโนรามา ซึ่งจะแสดงถึงความยิ่งใหญ่ของสินค้า อีกทั้งยังสร้างความตื่นตาตื่นใจในบรรยากาศที่สมจริง

ข้อดีและข้อจำกัดของสไลด์มัลติวิชั่น

ข้อดี

1. สไลด์มัลติวิชั่นให้ภาพที่สวยงามสดใส เนื่องจากเป็นภาพที่ถ่ายด้วยฟิล์ม จึงทำให้ได้ภาพที่มีสีสันสวยงามคมชัด มีความชัดลึกของภาพ และสวยงามใกล้เคียงธรรมชาติ
2. ง่ายต่อการผลิต กระบวนการผลิตของสไลด์มัลติวิชั่นไม่ซับซ้อน ใช้คนและเครื่องมืออุปกรณ์ไม่มาก
3. ราคาในการผลิตสไลด์มัลติวิชั่นถูกกว่าการผลิตวิดีโอ
4. ง่ายต่อการแก้ไข เพราะสามารถเปลี่ยนภาพแต่ละภาพได้โดยง่าย
5. สามารถใช้เทคนิคพิเศษ (Effect) ต่างๆ เพื่อช่วยให้สไลด์น่าสนใจและสื่อความหมายได้ดี

ข้อจำกัด

1. สไลด์คือภาพนิ่งไม่มีการเคลื่อนไหว แม้จะใช้เทคนิค Animation เข้าช่วย แต่การเคลื่อนไหวดูไม่เป็นธรรมชาติ สไลด์มัลติวิชั่นจึงถูกจำกัดเวลาฉายเพียง 15 วินาที ซึ่งถ้านานกว่านั้นผู้ชมจะรู้สึกเบื่อหน่าย
2. สไลด์ต้องฉายในที่มืดพอสมควรจึงจะเห็นชัดเจน แสงสว่างเพียงเล็กน้อยจะมีผลทำให้คุณภาพและสีสันทนของภาพด้อยไป
3. เนื่องจากสไลด์เป็นภาพเดี่ยวแต่ละภาพแยกจากกัน ดังนั้นในการใส่ลงเครื่องก็อาจจะผิดพลาดได้ เช่น ใส่ภาพกลับ
4. ในการฉายสไลด์มัลติวิชั่นบางชุดต้องมีการเปลี่ยนถาดบ่อย ซึ่งอาจทำให้เกิดการขัดข้องได้ เช่น เปลี่ยนถาดไม่ทัน หรือเปลี่ยนถาดผิด

3. สื่อวิดีโอวิดีโอเป็นสื่อสำคัญอีกสื่อที่ถูกนำมาใช้ในงาน Presentation วิดีโอมีลักษณะคล้ายภาพยนตร์ แต่สะดวกกว่าภาพยนตร์ จึงได้รับความนิยมมาก

การเลือกใช้สื่อวิดีโอ ต้องคำนึงถึง

1. บทหรือสคริปต์ เพราะบททำหน้าที่ดำเนินเรื่อง โดยบทของวิดีโอสามารถดำเนินเรื่องที่คล้ายคลึงกว่าสไลด์ได้ อาจมีการผูกเรื่องเป็นภาพยนตร์ สื่อวิดีโอสามารถใช้งานได้นานกว่าสไลด์ เพราะมีภาพเคลื่อนไหว

2. การฉาย

การฉายสื่อวิดีโอในงาน Presentation แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. การฉายวิดีโอธรรมดา คือ การฉายวิดีโอ โดยใช้เครื่องฉายภาพวิดีโอ (Video Projector) ฉายไปยังจอ (Screen) ขนาดมาตรฐาน 2.8 x 3.8 เมตร ภาพที่ได้จะปรากฏเช่นเดียวกับภาพยนตร์จอใหญ่

2. Mutiscreen Video คือภาพวิดีโอที่มีจอมากกว่า 1 จอ โดยใช้เครื่องฉายภาพเป็นตัวฉายภาพ แล้วใช้จอร์รับภาพ ภาพที่ปรากฏบนจอจะมีขนาดมุมมองกว้าง คล้ายภาพยนตร์ 70 มม. เพราะ Mutiscreen Video มักมีขนาดเท่ากับจอวิดีโอมาตรฐานเรียงต่อกันตั้งแต่ 3 จอขึ้นไป นอกจากจะใช้จอร์รับภาพแล้วสื่อชนิดนี้ยังสามารถใช้จอโทรทัศน์ (TV Monitor) เป็นตัวรับภาพได้เช่นกัน ซึ่งจะต้องใช้จอภาพโทรทัศน์ 4 เครื่องขึ้นไป เรียกว่า Video Wall แต่ถ้าต้องการภาพที่สวยงามก็ต้องใช้ 16 เครื่อง และต้องเป็นจอภาพพิเศษสำหรับ Mutiscreen Video โดยเฉพาะ คือเป็นจอภาพโทรทัศน์ที่มีขอบจอเล็ก ทั้งนี้เพื่อให้เส้นแบ่งระหว่างจอแคบที่สุด ภาพที่ได้จะดูสวยงาม

Mutiscreen Video เป็นสื่อที่ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เข้ามาควบคุมการเปลี่ยนภาพ (Synchronization) โดยการบันทึกเวลาลงบนสัญญาณเส้นซิงค์แล้วโปรแกรมเข้าคอมพิวเตอร์ ควบคุมรหัสเวลาผลที่ได้คือสามารถควบคุมการเข้าออกของภาพบนจอทุกจอได้ตามต้องการ

ข้อดีและข้อจำกัดของสื่อวิดีโอ

ข้อดี

1. ภาพวิดีโอเป็นภาพเคลื่อนไหว เหมาะกับการถ่ายทำที่แสดงให้เห็นถึงการเคลื่อนไหวของผู้แสดงและยังสามารถใช้เทคนิคการเคลื่อนกล้อง เช่น การแพน (Pan) การทิว (Tilt) ชูม (Zoom) ทำให้การเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจกว่าสื่ออื่น
2. สามารถฉายได้ในที่ที่มีแสงสว่าง และถ้าใช้จอโทรทัศน์แสงจะไม่มีผลเลย
3. สามารถใช้เทคนิคของภาพยนตร์ได้เช่น Timelapse, Fast -Slow Motion เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ
4. เป็นสื่อที่ผู้ชมทุกกลุ่มเข้าใจได้ง่ายและสนใจสูงสุด

ข้อจำกัด

1. ภาพที่ได้มีคุณภาพต่ำกว่าการบันทึกด้วยฟิล์ม ดังนั้นในการถ่ายทำที่ต้องการคุณภาพสูงจะบันทึกด้วยฟิล์มแล้วแปลงเป็นวิดีโอ
2. ราคาในการผลิตสื่อวิดีโอจะแพงกว่าสื่ออื่น เพราะมีกรรมวิธีการผลิตที่ยุ่งยาก และซับซ้อนกว่า ต้องใช้เครื่องมือการผลิตที่คุณภาพสูง ต้นทุนจึงสูงตาม
3. ต้องเช่าเครื่องฉายและจอซึ่งมีราคาแพง โดยเฉพาะถ้าใช้จอโทรทัศน์รับภาพ ต้นทุนก็จะยิ่งเพิ่มขึ้น

✖ นอกจากสื่อที่กล่าวมาทั้งหมดแล้วในงาน Presentation แต่ละครั้ง/ยังมีการใช้สื่ออื่นสนับสนุน เช่น หุ่นจำลอง (Model) โทรทัศน์วงจรปิด ภาพยนตร์ ฯลฯ และก็มีสื่อเสริมในงานที่ขาดไม่ได้ คือ เวที แสง สี เสียง และบรรยากาศในงาน ซึ่งสื่อทั้งหมดนี้ จะถูกนำมาใช้โดยพิจารณาตามความเหมาะสมกลมกลืนในงาน โดยองค์ประกอบศิลป์เป็นหลัก ซึ่งสามารถสร้างสรรค์รูปแบบของงานได้ไม่จำกัด