



## แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

รูปแบบและเนื้อหาของ Web Site ภาพยนตร์ฮอลลีวูดบนสื่ออินเทอร์เน็ตได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องควบคู่ไปกับการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี และยังคงพัฒนาต่อไปในอนาคตที่มองเห็นได้นี้ ดังนั้นการจะกำหนดกรอบ หรือทฤษฎีของรูปแบบและเนื้อหาของ Web Site ภาพยนตร์ฮอลลีวูดบนสื่ออินเทอร์เน็ตให้เป็นมาตรฐานนั้น เป็นเรื่องที่ยากจะขัดกับความเป็นจริง ในเมื่อสิ่งต่างๆเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การจะนำกรอบ หรือทฤษฎีที่มีอยู่มาใช้ให้ทันเทคโนโลยีจึงเป็นเรื่องที่เป็นไปไม่ได้ แต่ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่าการศึกษาถึงรูปแบบและเนื้อหาของ Web Site ภาพยนตร์ฮอลลีวูดบนสื่ออินเทอร์เน็ตจะเป็นสิ่งที่ทำไม่ได้ เพราะถึงแม้จะไม่สามารถนำทฤษฎีมาประยุกต์ใช้ให้ทันเทคโนโลยีได้ แต่สามารถนำเอาแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบและเนื้อหาของ Web Site ภาพยนตร์บนสื่ออินเทอร์เน็ตมาเป็นแนวทางในการศึกษาได้คือ

### แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบและเนื้อหาของ Web Site

การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารบน Web ก็คล้ายกับการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารโดยทั่วไปที่พยายามเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เพื่อที่จะให้เกิดการติดต่อระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร แต่สำหรับการเผยแพร่บน Web แล้วต่างไปจากสื่ออื่นๆ ตรงที่ Web สามารถทำให้ผู้รับสาร หรือผู้ใช้อินเทอร์เน็ตติดต่อกับผู้ส่งสารได้โดยตรง โดยติดต่อผ่านทาง Web Site และ Web ยังให้ออกาสผู้ส่งสารในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายผู้รับสารได้อย่างแม่นยำ ส่งผลให้ข้อมูลที่ออกไปนั้นได้รับการออกแบบเป็นพิเศษตรงกับความต้องการ และรสนิยมของผู้รับสารได้

สตูดิโอภาพยนตร์ฮอลลีวูดใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และความบันเทิงของภาพยนตร์ในรูปแบบของ Web Site ซึ่ง Zeff and Aronson (1997) กล่าวว่า Web Site คือสิ่งแรกที่หลายบริษัทใช้เมื่อเข้ามาที่ Web ซึ่ง Web Site เริ่มแรกของบริษัทเหล่านี้ ไม่ต่างไปจากการแจกเอกสารแผ่นพับ และบาง Web Site ถึงแม้จะออกแบบให้น่าสนใจ แต่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการออกแบบเป็นจำนวนมาก ดังนั้นผู้ผลิต Web Site จึงเริ่มผลิต Web Site ที่มีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าซึ่งลูกค้าที่มีศักยภาพต้องการ โดยคำนึงว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตกำลังค้นหาข้อมูล เมื่อผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเข้าไปที่ Web Site ของบริษัท ผู้ใช้เน็ตย่อมคาดหวังถึงข้อมูลสินค้า ซึ่งทั้งนี้หมายความว่า Web Site ที่ดีควรจะผลิตให้มีทั้งรายละเอียดข้อมูลของสินค้าหรือบริการ การให้ความรู้ และความบันเทิงควบคู่กันไป

Web Site เป็นรูปแบบการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และความบันเทิงที่ดีที่สุดบน Web เพราะเจ้าของ Web Site สามารถควบคุมเนื้อหาสาระของ Web Site และสามารถโต้ตอบกับลูกค้าในอนาคตได้ เมื่อมีผู้เข้ามาที่ Web Site บริษัทสามารถใช้วิธีนานับประการในการทำให้ผู้เข้ามาที่ Web Site ซื้อสินค้าหรือบริการ (Janal, 1997: 180)

### รูปแบบและเนื้อหาของ Web Site

การที่จะทำให้ Web Site ประสบความสำเร็จโดยมีผู้เข้าชม Web Site เป็นจำนวนมาก และร่วมทำกิจกรรมต่างๆที่เสนอบน Web Site ได้นั้น สิ่งแรกที่ต้องคำนึงถึงก็คือ ตัวสื่ออินเทอร์เน็ตเอง อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่รอให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไปค้นหา เมื่อมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเข้าไปค้นหานั้นคือโอกาสทองที่จะต้องทำให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตรู้สึกพอใจกับ Web Site นั้น ซึ่งจุดนี้เองเป็นจุดที่สำคัญ ดังนั้นรูปแบบและเนื้อหาของ Web Site ภาพยนตร์ควรจะเป็นอย่างไรถึงจะทำให้ Web Site ภาพยนตร์ประสบความสำเร็จ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเรื่องการออกแบบ Web Site โฆษณา อันเป็นงานวิจัยของ Barker and Gronne (1996) และเรื่องข้อมูลที่บรรจุใน Web Site ของ Janal (1997) มาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 1. แนวคิดเรื่องการออกแบบ Web Site โฆษณา

Barker and Gronne กล่าวว่า Web Site ที่จะประสบผลสำเร็จได้นั้นต้องทำให้ Web Site มีคุณค่าต่อลูกค้า โดยคุณค่านี้อาจอยู่ที่รูปแบบและเนื้อหาของ Web Site ที่ต้องประกอบด้วยสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือทั้ง 3 สิ่ง ดังต่อไปนี้

##### - ข้อมูลเชิงการค้า (Informercial)

เป็นรูปแบบที่ชัดเจนของการสร้างคุณค่าต่อลูกค้า โดยนำประโยชน์จากความจริงที่ว่า ลูกค้าส่วนมากจะเป็นผู้หาข้อมูลของสินค้าเอง ซึ่งเมื่อพิจารณาจากภาพรวมแล้วข้อมูลเชิงการค้าจะประสบผลสำเร็จในกรณีของสินค้าที่มีรายละเอียดมาก และมีราคาสูง (High Product) โดยในกรณีของข้อมูลเชิงการค้านี้ ยิ่งสินค้านั้นมีเนื้อหาหรือรายละเอียดมากเท่าไร ความเป็นไปได้ในการสร้างคุณค่าสู่ลูกค้าผ่านข้อมูลข่าวสารบน Web Site ยิ่งมีมากเท่านั้น เพราะข้อมูลเชิงการค้าไปได้ดีกับความสามารถของ Web ในการส่งข้อมูลข่าวสารจำนวนมากตามแต่ต้องการไปสู่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก นอกจากนี้แล้ว Web ยังทำให้ผู้ส่งข้อมูลข่าวสารสามารถเสนอข้อมูลข่าวสารที่จัดทำเป็นพิเศษในรูปแบบใหม่ๆได้ตามแต่ต้องการ ซึ่งทำให้การให้ข้อมูลข่าวสารบน Web กลายเป็นสิ่งที่ เป็นมากกว่าแผ่นพับทางมัลติมีเดีย

- การโฆษณาเชิงบันเทิง (Advertainment)

ในขณะที่สินค้าซึ่งมีรายละเอียดมาก และมีราคาสูงต้องการใช้ข้อมูลเชิงการค้า และหรือความสะดวกในการซื้อสินค้า แต่ทั้ง 2 วิธีนี้ไม่เหมาะกับสินค้าที่มีราคาไม่สูง และมีรายละเอียดน้อย (Low Product) ซึ่งไม่จำเป็นต้องให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า หรือเสนอความสะดวกในการซื้อสินค้า ดังนั้นการโฆษณาเชิงบันเทิงจึงเป็นตัวที่เข้ามาแก้ไข ในเรื่องการดึงดูดลูกค้าโดยจัดหาความบันเทิง และข้อมูลข่าวสารที่แทบไม่มีเรื่องเกี่ยวข้องกับตัวสินค้าเลย ซึ่งเหตุนี้เองทำให้ขั้นตอนของการโฆษณาเชิงบันเทิงสามารถใช้กับสินค้าทุกประเภทได้ในทางทฤษฎี นอกจากนี้ตามหลักแล้วในขณะที่ข้อมูลเชิงการค้าต่อสู้กับความสนใจใน Web Site เฉพาะกับ Web Site ที่มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง แต่การโฆษณาเชิงบันเทิงต่อสู้กับความสนใจทั้ง Web Site ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้อง และ Web Site ที่ไม่มีเนื้อหาเกี่ยวข้อง และยังดึงดูดผู้ค้นหาข้อมูลทั่วไป (Surfer) มากกว่าผู้ค้นหาที่มีเป้าหมาย (Searcher)

การโฆษณาเชิงบันเทิงสามารถสร้างภาพพจน์ของบริษัท และสร้างความพอใจให้กับซื้อสินค้าได้ด้วย ซึ่งจริงๆ แล้วเรื่องการออกแบบการโฆษณาเชิงบันเทิงอย่างไรจึงจะดี เป็นเรื่องความคิดสร้างสรรค์ เช่น อาจทำในรูปแบบเกมส์คำถาม และการแข่งขัน เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันนี้เกมส์คำถาม และการแข่งขันใช้ในการสร้างความพอใจให้กับสินค้าที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้บริโภคต่ำ เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีรายละเอียดน้อย และราคาถูก โดยเกมส์คำถามและการแข่งขันใช้ในการรณรงค์ที่สื่อสิ่งพิมพ์ หรือที่หีบห่อสินค้า ซึ่งเกมส์คำถามหรือการแข่งขันนี้หากย้ายมาที่ Web จะเป็นเรื่องง่ายกว่าสำหรับบริษัท โดยคำถามที่ส่งไปและตอบกลับมาจะเป็นระบบอัตโนมัติไม่ต้องรอคอยจดหมาย ในขณะที่ผู้บริโภคก็มองว่าการแข่งขันบน Web น่าสนใจกว่าสื่อเดิมๆ และใช้เวลาตอบที่สั้นกว่า

อย่างไรก็ตามผู้ผลิต Web Site ควรตระหนักว่า การโฆษณาเชิงบันเทิงไม่ใช่เรื่องง่ายที่จะสร้าง Web Site ที่มีคุณค่าเป็นพื้นฐาน ซึ่งเมื่อจำนวนของการโฆษณาเชิงบันเทิง (และความบันเทิงทั่วไป) เพิ่มขึ้นและเทคโนโลยีที่สูงขึ้น คุณภาพของเนื้อหาที่ต้องใช้ในการดึงดูดความสนใจของผู้ใช้ Web จะสูงขึ้นโดยอัตโนมัติด้วย ซึ่งพัฒนาการนี้จะทำให้การโฆษณาเชิงบันเทิงดูน่าตื่นเต้นมากขึ้นเมื่อมองทางด้านผู้บริโภค แต่สำหรับผู้ผลิต Web Site แล้วการโฆษณาเชิงบันเทิงจะกลายเป็นเรื่องที่ซับซ้อน และมีราคาสูงขึ้น ในการจะสร้าง Web Site การโฆษณาเชิงบันเทิงให้ประสบผลสำเร็จ

- ความสะดวกในการซื้อสินค้า (Purchase Facilitation)

การสร้างความสะดวกในการซื้อสินค้าผ่านโฮมชอปปิ้งทางอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อกับ Web Site เป็นการเสนอความสะดวกในแง่ที่ว่า การซื้อสินค้าบน Web ง่าย รวดเร็ว และถูกกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับซื้อตามสื่อเดิมๆ เนื่องจากว่า Web ได้รวบรวมหน้าที่ต่างๆ เข้าด้วยกัน ซึ่งตามปกติแล้วหน้าที่เหล่านี้ไม่ได้เกี่ยวข้องอยู่กับการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และความบันเทิง นั่นคือ

Web อาศัยการเป็นสื่อที่โต้ตอบได้โดยตรงจึงรวบรวมการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และความบันเทิงผ่าน Web Site การบริการลูกค้า การส่งผ่านทาง Online และการจัดจำหน่ายทาง Online เข้าไว้ด้วยกันเพื่อความสะดวกในการซื้อสินค้า

Web ได้รวบรวมคำสั่งซื้อ และการจ่ายเงินเข้าไว้ด้วยกัน โดย Online สามารถรวมทุกอย่าง ตั้งแต่รูปภาพของสินค้าพร้อมข้อมูลเจาะลึกไปจนถึงการติดต่อขนส่งท้าย และการจ่ายเงิน ซึ่งการซื้อขายสินค้าทาง Online ถ้าทำอย่างเหมาะสมแล้วจะสามารถทำให้ผู้ผลิตจับความสนใจของลูกค้าได้ และสามารถทำสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้

การซื้อสินค้าทาง Online ก่อให้เกิดประโยชน์อย่างมากทั้งในส่วนของบริษัทผู้ผลิตสินค้า และผู้บริโภค ด้วยการลดราคาการจัดการลง และลดราคาทั้งหมดให้แก่ผู้บริโภค โดยการตัดคนกลางออกไป คือแทนที่สินค้าหรือบริการจะออกจากผู้ผลิต ผ่านผู้ค้าส่ง ผ่านผู้ค้าปลีก จากนั้นจึงถึงมือผู้บริโภค การซื้อสินค้าทาง Online จะทำให้ขั้นตอนเหล่านี้ลดลง โดยสินค้าจะออกจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคโดยตรง ทำให้ราคาสินค้าที่ซื้อผ่าน Web ลดลงโดยอัตโนมัติ เพราะราคาทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการสำเนา การเก็บรักษา และการขนส่งข้อมูลข่าวสารได้ถูกกำจัดไปเกือบหมด ในกรณีของหนังสือพิมพ์ราคาเหล่านี้รวมอยู่ที่ราว ๆ 50 เปอร์เซ็นต์ของโครงสร้างราคาทั้งหมด การจัดจำหน่ายทาง Online นอกจากการประหยัดด้านราคาแล้ว ยังลดปัญหาด้านเวลาด้วย โดยสามารถจัดส่งสินค้าไปให้ลูกค้าได้ในทันที หลังจากลูกค้าดำเนินการสั่งซื้อเสร็จเรียบร้อยแล้ว โดยไม่คำนึงว่าลูกค้าจะอยู่ที่ไหนในโลกนี้

ส่วนปัญหาในเรื่องความปลอดภัยในการสั่งซื้อสินค้าทาง Online ที่ผู้บริโภคเกรงว่า เลขบัตรเครดิต หรือรายละเอียดส่วนตัวของผู้บริโภคจะถูกบุคคลที่ 3 ลักลอบนำไปใช้ประโยชน์ ในขณะที่ปัญหาดังกล่าวได้รับการแก้ไขโดยบริษัทที่ขายสินค้าหรือบริการทาง Online ได้นำ Web Site ไปเข้ากับศูนย์ความปลอดภัย (Secure Server) เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่าข้อมูลที่กรอกจะไม่ถูกบุคคลอื่นลักลอบนำไปใช้ประโยชน์ ซึ่งเรื่องเดียวกันนี้ทางบัตรเครดิต Visa และ Mastercard ได้คิดค้นระบบ โดยออกแบบให้มั่นใจในเรื่องความปลอดภัยสำหรับการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตผ่านทาง Online โดยจัดการทุกขั้นตอนของการชำระเงินเพื่อให้มั่นใจถึงความปลอดภัย โดย SET (Secure Electronic Transaction) ปฏิเสธผู้ขายที่จะเข้าถึงข้อมูลบัตรเครดิตของผู้ซื้อ และเก็บข้อมูลบัตรเครดิตไว้อย่างปลอดภัยโดยรู้กันแค่ธนาคาร และผู้ซื้อเท่านั้น เพื่อที่ว่า Visa และ Mastercard สามารถรับประกันได้ว่าการซื้อสินค้า หรือบริการทาง Online ปลอดภัย (Doing Business Online, 1998: 34)

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าแนวคิดเรื่องการออกแบบ Web Site โฆษณาซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูลเชิงการค้า การโฆษณาเชิงบันเทิง และความสะดวกในการซื้อสินค้านั้น ทั้ง 3 ส่วน มีวิธีการสร้างคุณค่าของ Web Site ที่แตกต่างกัน โดยทั้ง 3 ส่วนสามารถประกอบกันหรือรวมกัน

ได้หลายวิธีการ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสินค้าที่เป็นโจทย์ และวัตถุประสงค์ของการรณรงค์ Web Site นั้น ซึ่งแนวคิดเรื่องการออกแบบ Web Site ทั้ง 3 ส่วนนี้ ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ รูปแบบและเนื้อหาของ Web Site ภาพยนตร์ฮอลลีวูดบนสื่ออินเทอร์เน็ตว่า ในความเป็นจริงแล้ว Web Site ภาพยนตร์ที่จัดทำขึ้นมานั้นรูปแบบและเนื้อหาของ Web Site ภาพยนตร์ประกอบไปด้วย สิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือทั้ง 3 สิ่ง ดังที่กล่าวมาข้างต้นหรือไม่ เพื่อที่จะทำให้ Web Site ภาพยนตร์นั้น ประสบความสำเร็จ

## 2. ข้อมูลที่บรรจุใน Web Site

Janal (1997) กล่าวว่า Web Site ที่ดีต้องบรรจุข้อมูลที่แสดงหัวเรื่อง หรือมีสถานที่ที่สามารถเชื่อมโยงไปสู่แผ่นต่อไปที่มีรายละเอียดของข้อมูลมากขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ชื่อบริษัท
- ตราบริษัท
- ถ้อยแถลงของหน้าที่ โดยอธิบายว่าทำธุรกิจอะไร และรับใช้ตลาดไหน ถ้อยแถลงควรตีพิมพ์ใน Home Page ให้เต็มหน้า
- หัวเรื่องของข้อมูลและสินค้าใน Web Site ที่สามารถเชื่อมโยงไปสู่รายละเอียด และรูปภาพสินค้า
- คำเตือนเกี่ยวกับเหตุการณ์พิเศษ เพื่อเป็นการล่อล่อให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมาเยี่ยมชม และสำรวจร้านค้าบน Web
- การขาย ด้วยการบอกลูกค้าว่า อะไรที่นำชื่อมากที่สุดในอาทิตย์นี้ ซึ่งข้อมูลนี้อาจจะตีพิมพ์ใน Home Page
- มีอะไรใหม่ใน Web Site เป็นการบอกผู้ใช้อินเทอร์เน็ตว่าได้เพิ่ม หรือเปลี่ยนแปลงข้อมูลอะไรบ้าง ซึ่งข้อมูลนี้ควรตีพิมพ์บน Home Page โดยเป็นหัวเรื่อง และเชื่อมโยงไปที่หน้าที่เกี่ยวข้อง
- ข่าวสารจากประธานบริษัท ซึ่งสามารถแสดงถึงบุคลิกลักษณะที่แท้จริง และธรรมชาติของบริษัท โดยทำให้ข่าวสารมีลักษณะเป็นกันเอง และเชื่อมข้อความไปที่ข้อความที่แท้จริง
- การแถลงข่าว เป็นการให้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้า และบริษัทให้มากพอ และอาจใส่ข้อมูลการขายไปด้วย เรื่องนี้เชื่อมโยงไปที่ส่วนของการแถลงข่าว
- ข้อความด้านการขาย หรือการให้ข้อมูลที่กว้างและลึกเกี่ยวกับสินค้า และบริการ เรื่องนี้เชื่อมโยงไปที่ส่วนการขาย
- แคตตาล็อก คือรายการแสดงสินค้าทุกชนิดที่มีอยู่ในร้านค้า พร้อมให้รายละเอียด ราคา คำแนะนำ ถ้าต้องการซื้อ วิธีใช้สินค้า ส่วนนี้เชื่อมโยงไปที่แคตตาล็อก
- แบบฟอร์มลงทะเบียน ขอให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตแนะนำตนเองเพื่อที่บริษัท สามารถเข้าไปสร้างความสัมพันธ์กับพวกเขาได้ ควรถามคำถามน้อยคำถาม อย่างเช่น ชื่อ ที่อยู่ ที่อยู่อีเมล เป็นต้น อย่าลืมว่ายิ่งถามมากคำตอบที่ได้จะน้อย ส่วนนี้เชื่อมโยงไปที่แบบฟอร์มลงทะเบียน

- โบนัสรองสินค้า และบริการจากลูกค้าที่พอใจในสินค้าหรือบริการของบริษัท สามารถช่วยให้ลูกค้าที่มีศักยภาพเชื่อที่จะลงทุนกับบริษัท ส่วนนี้เชื่อมไปที่โบนัสรอง
  - แจ้งการว่าจ้าง แสดงรายละเอียดของงานในบริษัทที่ว่าง เรื่องนี้เชื่อมไปที่การว่าจ้าง
  - แบบฟอร์มตอบอีเมล เพื่อให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถติดต่อได้โดยตรง และสร้างความสัมพันธ์แบบ One-to-One
  - เชื่อมไปที่ Site อื่นๆ มีรายชื่อของแหล่งข้อมูลอื่นๆบนอินเทอร์เน็ตที่น่าสนใจ
  - คุปอง การลดราคา และของแถมอื่นๆ
  - สิ่งสนุกๆ Web Site ที่ดีจะรวมความแตกต่างเอาไว้ อย่างเช่น การแข่งขัน สิ่งเล็กๆน้อยๆ การดู และเรื่องอื่นๆที่จำเป็นที่ทำให้ลูกค้าบันเทิงใจ
  - ข้อมูลการติดต่อ ที่อยู่ของบริษัท เบอร์โทรศัพท์ และแฟกซ์ ข้อมูลเหล่านี้ควรวางไว้ทุกๆหน้า เพราะผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอาจพิมพ์ข้อมูลเพียงแค่หน้าเดียว ซึ่งถ้าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสนใจสินค้า หรือบริการในหน้าที่พิมพ์ไป ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตก็จะมีข้อมูลในการติดต่ออยู่ในมือที่สามารถโทรศัพท์มาสั่งซื้อสินค้า หรือบริการของบริษัทได้
  - แผนที่ แสดงที่อยู่ของบริษัท พร้อมคำแนะนำ
  - วันที่ของการปรับปรุงครั้งสุดท้าย เพื่อคนจะได้ทราบว่าเมื่อไหร่เปลี่ยนแปลงบ้าง หลังจากวันที่พวกเขาเข้ามาครั้งสุดท้าย
  - คำเตือนลิขสิทธิ์ เพื่อป้องกันงานของบริษัท

ทั้งนี้ข้อมูลที่บรรจุใน Web Site นี้ ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของ Web Site ภาพยนตร์ฮอลลีวูดบนสื่ออินเทอร์เน็ตควบคู่ไปกับการใช้แนวคิดเรื่องการออกแบบ Web Site โฆษณาของ Barker and Gronne โดยจะวิเคราะห์ว่าตามความเป็นจริงแล้ว Web Site ภาพยนตร์มีรูปแบบและเนื้อหาตรงตามที่กล่าวมาทั้งในข้อที่ 1 หรือข้อ 2 หรือไม่

### แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดเฉพาะส่วน (Segment Marketing)

#### ความหมายของการตลาดเฉพาะส่วน

การตลาดเฉพาะส่วนเกิดขึ้นเนื่องจากการตลาดมวลชน (Mass Marketing) ไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของคนบางกลุ่มซึ่งเป็นกลุ่มใหญ่ได้ คนที่แตกต่างกันความต้องการก็แตกต่างกันด้วย ดังนั้นแนวคิดเรื่องการตลาดเฉพาะส่วนจึงเกิดขึ้น ซึ่งงานวิจัยนี้ได้ใช้แนวคิดของ Kotler(1997) ซึ่งอธิบายว่าการตลาดเฉพาะส่วน (Segment Marketing) คือส่วนแบ่งการตลาดประกอบด้วยกลุ่มที่มีลักษณะเหมือนกันที่ใหญ่มาก บริษัทที่ปฏิบัติเกี่ยวกับการตลาดเฉพาะส่วนจะทราบว่าผู้ซื้อต่างกันทั้งความต้องการ อำนาจที่จะซื้อ สถานที่อยู่ทางภูมิศาสตร์ พฤติกรรมการซื้อ และอุปนิสัยการซื้อ ในขณะที่

เดียวกันบริษัทไม่ต้องการจัดทำข้อมูล หรือการสื่อสารเข้าไปสู่ลูกค้าแต่ละคน บริษัทจึงพยายามที่จะแยกส่วนใหญ่บางส่วนออกมา และทำตลาดชิ้นใหม่ ซึ่งเมื่อแบ่งส่วนตลาดออกมาแล้ว ในบางครั้งลูกค้าที่อยู่ในตลาดเฉพาะส่วนถูกมองว่ามีความต้องการเหมือนกัน แต่ความเป็นจริงแล้วลูกค้าเหล่านี้ไม่ได้มีความต้องการเหมือนกัน ดังนั้นการตลาดเฉพาะส่วนจึงไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้าเท่ากับการตลาดเฉพาะบุคคล แต่ว่าตรงกับความต้องการของลูกค้ามากกว่าการตลาดมวลชน

### ประโยชน์ของการแบ่งส่วนตลาด (Benefits of Segmentation)

- บริษัทอยู่ในตำแหน่งที่ดีที่สามารถมองเห็น หรือเปรียบเทียบโอกาสทางการตลาด โดยลูกค้าอาจจะไม่พอใจกับผู้จัดการจำหน่ายปัจจุบัน และกำลังมองหาสินค้าหรือบริการที่ดีกว่าจากบริษัทอื่น หรือการที่ลูกค้าเปลี่ยนแปลงความต้องการอาจเป็นโอกาสดีที่บริษัทจะฉวยโอกาสนั้นไว้
- บริษัทสามารถพัฒนารายการด้านการตลาด ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าที่อยู่ในส่วนแบ่งตลาด ส่วนต่างๆ โดยเฉพาะในตลาดส่วนที่มีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้า หรือบริการของบริษัท
- บริษัทสามารถปรับปรุงสินค้าหรือบริการให้ดีขึ้น บริษัทสามารถปรับแต่งข้อเสนอ และรายการของบริษัทให้ตรงกับความต้องการของแต่ละส่วนแบ่งตลาด และตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างรวดเร็ว (Hamper and Baugh, 1997: 149)

ซึ่งแนวคิดเรื่องการตลาดเฉพาะส่วนที่กล่าวมาข้างต้นนี้ ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์เรื่องรูปแบบและเนื้อหาของ Web Site ภาพยนตร์ต่างประเทศกัน โดยผู้วิจัยมองว่าภาพยนตร์ต่างประเทศกันเนื้อหาของภาพยนตร์ก็ต่างกันไป ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายก็น่าจะต่างกันไปด้วย ดังนั้นเมื่อภาพยนตร์เรื่องนั้นได้จัดทำ Web Site ขึ้นมา Web Site ที่จัดทำขึ้นก็น่าจะจัดทำให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้แนวคิดเรื่องการตลาดเฉพาะส่วนมาเป็นแนวทางในการจัดทำ Web Site ซึ่งแนวคิดเรื่องการตลาดเฉพาะส่วนจะช่วยให้ผู้จัดทำ Web Site สามารถมองเห็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งเป็นกลุ่มใหญ่ที่มีลักษณะเหมือนกันได้ชัดเจนขึ้น และทำให้ทราบถึงความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายใหญ่ สามารถปรับปรุงข้อมูลใน Web Site หรือพัฒนาข้อมูลใน Web Site ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ และเมื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความบันเทิงด้วยแล้ว ยิ่งทำให้เห็นภาพของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนขึ้น เนื่องจากคุณสมบัติของอินเทอร์เน็ตที่เป็นสื่อเฉพาะ และมีลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ดังนั้นประโยชน์ทั้งหมดก็จะอยู่ที่สตูดิโอภาพยนตร์ที่จะสามารถจัดทำ Web Site ภาพยนตร์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้เพื่อความสำเร็จของ Web Site ภาพยนตร์ อันจะนำมาซึ่งรายได้ที่เพิ่มขึ้น และชื่อเสียงของภาพยนตร์ และสตูดิโอภาพยนตร์นั่นเอง