

X Campus Ads. Idea Contest 2018 เวทีทดสอบ ความรู้ความสามารถด้านการตลาด ของเยาวชน ระดับอุดมศึกษา เพื่อก้าวสู่นักโฆษณามืออาชีพ

X Campus Ads. Idea Contest 2018 เวทีทดสอบความรู้ความสามารถด้านการตลาด ของเยาวชนระดับอุดมศึกษา เพื่อก้าวสู่นักโฆษณามืออาชีพ

ครั้งแรกของการเปิดเวที “X Campus Ads. Idea Contest 2018” เพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงออกทางความคิดสร้างสรรค์ มีประสบการณ์จริงนอกห้องเรียนในการผลิตคลิปวิดีโอโฆษณาจากหลากหลายอุตสาหกรรมชั้นนำของประเทศไทย ภายใต้ความร่วมมือระหว่างกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงศึกษาธิการ สมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศไทย และกว่า 63 มหาวิทยาลัยชั้นนำทั่วประเทศ

นายบุญรักษ์ ศรีคานนท์ นายกิตติมศักดิ์สมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศไทย (ATCI) กล่าวว่า “โครงการดังกล่าวเป็นหนึ่งในกิจกรรมภายใต้ Digital Technology Demand Generation เพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของแผนดิจิทัล อีโคโนมี (Digital Economy) ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล และพัฒนากำลังคนให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล แม้เทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ๆ จะพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง แต่องค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ เป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้ผลงานออกมาอย่างสมบูรณ์”

นาวาอากาศเอกสมศักดิ์ ขาวสุวรรณ์ รองปลัดกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กล่าวว่า “ปัจจุบันการใช้ชีวิตของผู้คนจะอยู่บนมือถือ ซึ่งมีผู้ใช้มากถึง 92 ล้านเครื่อง จากคน 67 ล้านคน เฉลี่ย 1 คนใช้มือถือ 5.5 ชั่วโมง การทำโฆษณาโดยนำเสนอผ่านคลิปวิดีโอเหมาะกับโลกโซเชียลมีเดีย ถึงเป็นช่วงเวลาสั้นๆ แต่สื่อสารไปถึงสังคมได้กว้างขวาง และรวดเร็ว เพราะระบบสมาร์ทโฟนเป็นเครื่องมือที่มีการเชื่อมโยงการสื่อสารได้ทันที สื่อสาธารณะได้อย่างดี โครงการ X Campus Ads. Idea Contest 2018 เป็นความร่วมมือระหว่างภาครัฐ และเอกชน 15 องค์กร เป็นเวทีที่จะทำให้เยาวชนคนไทยที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษา ซึ่งเป็นมันสมองของชาติในอนาคตได้มีเวทีทดสอบความรู้ความสามารถ ก่อนจะเข้าสู่การทำงานจริงในหน่วยงานต่างๆ โดยครั้งนี้ มีนักศึกษาสนใจเข้าร่วมจำนวนมาก 400 กว่าทีม และครั้งนี้มีผู้ใหญ่ใจดีหรือภาคเอกชนจำนวน 15 องค์กรเข้าร่วม ถือเป็นโครงการที่ดี เพราะหากไม่มีองค์กรภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมก็จะไม่สามารถเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ฝึกการทำงานจริงได้” นาวาอากาศเอกสมศักดิ์ กล่าว

โครงการดังกล่าวได้รับการสนับสนุนจากองค์กรต่างๆ ได้แก่ บริษัท เอเซีย แปซิฟิค คอสเมติกส์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด

(IN2IT), บริษัท ทีโอเอ เฟ้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน), บริษัท หมอมี่ จำกัด, บริษัท ดับเบิล เอ (1991) จำกัด (มหาชน), บริษัท คอมมี คอร์ปอเรชั่น, บริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน)(3BB), บริษัท ไลอ้อน (ประเทศไทย) จำกัด และ บริษัท เซ็ลทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน)

จันทร์พร พันธ์เจริญ ผู้ช่วยผู้จัดการผลิตภัณฑ์ Oral Care บริษัท ไลอ้อน (ประเทศไทย) จำกัด กล่าวว่า โครงการดังกล่าวจะเป็นการเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้มาร่วมกันคิดแคมเปญตอบโจทย์สถานประกอบการแต่ละแห่ง ซึ่งเชื่อว่าน้องๆ ทุกคนมีพลังในการนำเสนอสิ่งใหม่ให้เกิดขึ้นในสังคม ซึ่งซอลส์ พร้อมสนับสนุนโครงการนี้ เพราะโครงการนี้จะทำให้เยาวชนได้คิดนอกกรอบ เพื่อโดนใจผู้บริโภคมากขึ้น และเท่าที่ได้ดูผลงานน้องๆ นักศึกษาเบื้องต้นหลายทีมทำสตอรี่บอร์ดได้ดีมาก ตรงประเด็น เข้าใจง่าย ซึ่งในอนาคตน้องๆ เหล่านี้ก็จะเดินก้าวสู่นักโฆษณามืออาชีพได้อย่างแน่นอน ขอให้ทุกคนมีความตั้งใจที่จะจัดทำคลิปโฆษณา เพื่อนำเสนอถึงผู้บริโภค

2 หมู่ 1 สาวจากมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ นายชาติศิริ ภัทรวานินท์ นักศึกษาชั้นปีที่ 4 สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ, นายวรพล หลิว นักศึกษาชั้นปีที่ 4 สาขา Live Event Creation and Management คณะนิเทศศาสตร์ และ น.ส.วทันยา นาวารักษ์ นักศึกษาชั้นปีที่ 3 สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ ช่วยกันเล่าว่าสนใจเข้าร่วมโครงการนี้ เพราะมองว่าเป็นเวทีที่จะทำให้นักศึกษาได้แสดงความรู้ความสามารถ และเป็นการเรียนรู้การทำงานจริงจากผู้ประกอบการจริง เพิ่มประสบการณ์การเรียนรู้ในห้องเรียน โดยสินค้าที่เลือกทำสตอรี่บอร์ด (Story Board) นำเสนอผลงานครั้งนี้ คือ ผลิตภัณฑ์ของบริษัท หมอมี่ จำกัด ที่มอบโจทย์ให้ผู้เข้าร่วมการแข่งขันได้จัดทำโฆษณาเกี่ยวกับ ยาสตรี เฟมินี่ ยาบำรุงสำหรับผู้หญิง เป็นสินค้าใหม่ของหมอมี่ ซึ่งยาสตรีที่ผ่านมายังไม่มีการโฆษณาเท่าที่ควร จึงมองว่าเป็นความท้าทาย อยากทดลองทำโฆษณาผลิตภัณฑ์ดังกล่าว เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่มากที่สุด โดยก่อนเขียนสตอรี่บอร์ด ได้มาหารือร่วมกันว่าจะนำเสนอในรูปแบบใด ใครมีแนวความคิดอย่างไรก็มาแบ่งปันข้อมูลความคิดเห็น จนได้ข้อสรุปว่าต้องการนำเสนอเกี่ยวกับการปรับโฉมที่พูดถึงผู้หญิงเริ่มโตเป็นสาว จะมีฮอร์โมนที่เปลี่ยนแปลงไป บางคนมีปัญหาสิว ปัญหาสุขภาพ โดยมีการเปรียบเทียบระหว่างผู้หญิงที่กินยาสตรี และไม่ได้กินว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร เป็นการโฆษณาให้ผู้หญิงได้เห็นการเปลี่ยนแปลงของตนเอง หากได้กินยาสตรี เพราะจริงๆ แล้วการที่ผู้หญิงมีปัญหาเรื่องปวดประจำเดือน สิว สุขภาพ ผิวพรรณ ส่วนหนึ่งเกิดจากปัญหาภายใน ดังนั้น เมื่อได้ข้อสรุป ทีมของเรามีทั้งเด็กการตลาดและเด็กนิเทศศาสตร์ จึงได้นำ 2 ศาสตร์นี้มาผสมผสานเข้าด้วยกัน เพื่อนำเสนอเรื่องราวผ่านโฆษณาตามที่พวกเราต้องการบอกเล่าไปสู่ผู้บริโภค”

การแข่งขันครั้งนี้ ประกอบด้วยโจทย์ในการแข่งขันจากหลายบริษัทชั้นนำที่ให้นักศึกษาออกไปเดี่ยส่งสตอรี่บอร์ด พร้อมนำเสนอผ่านคลิปวิดีโอ จากนั้น ทีมที่ได้รับคัดเลือกในรอบแรกจะได้รับเงินทุนในการผลิตคลิปวิดีโอโฆษณาจำนวนทีมละ 5,000 บาท เพื่อให้คณะกรรมการตัดสินต่อไป โดยเยาวชนที่ชนะเลิศในการแข่งขันจะได้รับรางวัลจาก พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี และทุนการศึกษา 40,000 บาท

ติดตามรายละเอียดและความเคลื่อนไหวกิจกรรมในโครงการ ได้ที่ Facebook : X Campus Ads. Idea Contest

หรือ www.x-campuscontest.com