

Instagram ปรับโฉมใหม่ครั้งใหญ่ในรอบกว่า 10 ปี เมื่อ Brand Refresh ไม่ได้มีแค่ Wordmark ใหม่ แต่กำลังบอกว่าแบรนด์อยากเป็นใครในยุค Creator

Instagram ขยับภาพลักษณ์แบรนด์ครั้งสำคัญ เปิดตัว Brand Refresh ครั้งใหญ่ในรอบกว่า 10 ปี พร้อม Wordmark ใหม่และ Brand System ที่ถูกออกแบบให้รองรับ Instagram ในบทบาทที่เปลี่ยนไปจากอดีต โดยเจ้าตัวนิยามบทบาทใหม่ของแบรนด์เอาไว้ด้วยแนวคิด “Yours to make” เรื่องนี้จึงต้องขีดเส้นใต้เอาไว้ก่อนว่า ไม่ใช่การ Rebrand แบบรีแบรนด์เดิมทั้งหมด และก็ไม่ใช่แค่เปลี่ยนฟอนต์ของคำว่า Instagram ให้ดูสดใหม่ขึ้นเท่านั้น เพราะ Instagram ระบุอย่างเป็นทางการว่า ได้ “refresh” องค์ประกอบของแบรนด์ เพื่อรองรับพัฒนาการของ Creator Community และสิ่งที่จะเกิดขึ้นต่อจากนี้ ปรับโฉม Wordmark ครั้งแรกในรอบ 10 ปี โดยไฮไลท์ของการทำ Brand Refresh อย่างแรกก็คือ Wordmark คำว่า Instagram แบบใหม่ ซึ่งถือเป็นการเปลี่ยนแปลงส่วนนี้ครั้งแรกในรอบประมาณ 10 ปี หลังจากเวอร์ชันเดิมถูกใช้งานมาตั้งแต่ปี 2016 ขณะที่ Camera Glyph และ Gradient ที่กลายเป็นหนึ่งในภาพจำสำคัญของ Instagram ยังถูกเก็บเอาไว้ Adam Mosseri หัวเรือใหญ่ของ Instagram อธิบายถึงเหตุผลของการปรับครั้งนี้ว่า Wordmark ที่อยู่ด้านบนของแอปไม่ได้เปลี่ยนมานาน 10 ปี จึงถึงเวลาที่ต้อง Refresh โดยดีไซน์ใหม่ต้องการให้ดูสะอาดและร่วมสมัยขึ้น ขณะเดียวกันยังรักษาการเชื่อมโยงกับต้นฉบับ รวมถึงความเรียบง่ายและงานฝีมือที่เป็นส่วนหนึ่งของ Instagram มาตลอด แต่หากมองเฉพาะ Wordmark อาจยังเห็นภาพการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ไม่ครบ จาก Instagram ที่ต้อง “อธิบายตัวเอง” สู่แบรนด์ที่แทบไม่ต้องแนะนำตัวอีกแล้ว ทั้งนี้ เบื้องหลัง Brand Refresh มีเจตนาที่น่าสนใจกว่าการออกแบบโลโก้ใหม่

โดย Christy Silva, Creative Director, Brand Design and Creative Marketing ของ Instagram เล่าว่า ในช่วงแรกที่ Instagram ถือกำเนิดขึ้นมา แบรนด์จำเป็นต้องสื่อสารค่อนข้างมาก เพราะต้องอธิบายทั้งประโยชน์ พิธีกรรม และบอกให้ผู้บริโภครู้ว่าแพลตฟอร์มนี้มีไว้ทำอะไร แต่เมื่อเวลาผ่านไป ภาระดังกล่าวค่อยๆ ถูกยกลือเพียง Brand Asset ที่ทรงพลังไม่กี่ชิ้น โดยเฉพาะ Camera Glyph และ Sunset Gradient วันนี้สถานะของ Instagram ต่างจากวันแรกแทบทุกมิติ แบรนด์เป็นที่รู้จักของผู้คนหลายพันล้านคน และแพลตฟอร์มเองก็เดินทางไกลจากการเป็นแอปแชร์ภาพ ไปสู่พื้นที่ที่เต็มไปด้วย Reels, Stories, Meme, Photo Dump, Creator, งานศิลปะ ไปจนถึงบทสนทนาและวัฒนธรรมย่อยจำนวนมาก การเติบโตก้าวข้ามไปไกลกว่าแอปฯ แชร์ภาพ นอกจากนี้ Cynthia Pratomo, Director of Brand Design ของ Instagram เรียกกระบวนการนี้ว่า “การเติบโตขึ้น” ของ Instagram คำว่าโตขึ้นในที่นี้ไม่ได้แปลว่าแบรนด์ต้องดูจริงจังขึ้น แต่หมายถึงการยอมรับว่า Instagram ในวันนี้ไม่มีบุคลิกเพียงแบบเดียวอีกต่อไป บางช่วงต้องสื่อสารด้วยน้ำเสียงจริงจัง บางครั้งให้กำลังใจ บางครั้งสนุก ดังนั้น Brand System ต้องมีพื้นที่มากพอที่จะรองรับความหลากหลายทั้งหมด นี่เองที่ทำให้ Brand Refresh รอบนี้น่าสนใจในเชิงกลยุทธ์ Brand Strategy เมื่อ “แบรนด์” ต้องยอมถอย เพื่อให้ Creator เติบโตขึ้น หากมองผ่านมุม Brand Strategy การเปลี่ยนแปลงครั้งนี้สะท้อนวิถีคิดของแพลตฟอร์มที่เติบโตจน Brand Equity แข็งแรงมากพอแล้ว

(ที่มา : MarketingOops!)

บริษัท เซเว่น ซีล คอมเมเชี่ยล จำกัด

วันที่ 23 สิงหาคม 2569

เรื่อง ขอเชิญประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 2/2569

เรียน ท่านผู้ถือหุ้นของบริษัท

ด้วยนางสุธมาศ จิรรัตน์ ผู้ถือหุ้นซึ่งถือหุ้นรวมกันไม่น้อยกว่าหนึ่งในห้า (1/5) ของจำนวนหุ้นทั้งหมดของบริษัท ได้มีหนังสือขอให้กรรมการเรียกประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ตามมาตรา 1174 วรรคหนึ่ง แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ได้ดำเนินการมิได้ดำเนินการเรียกประชุมภายในกำหนดสามสิบวันนับแต่วันที่ได้รับหนังสือดังกล่าว นางสุธมาศ จิรรัตน์ จึงขอใช้สิทธิเรียกประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 2/2569 ด้วยตนเอง ตามมาตรา 1174 วรรคสอง แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ในวันที่ 1 กันยายน 2569 เวลา 13.00 น. ณ 1596/166 หมู่ที่ 4 ตำบลเทพารักษ์ อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ 10270 เพื่อพิจารณาประโยชน์แก่ผู้ถือหุ้น

- พิจารณารับรองความถูกต้องของข้อประชุมและการเรียกประชุม
- พิจารณาถอดถอนนายเอกทัต แสงสิงแก้ว ออกจากตำแหน่งกรรมการบริษัท
- พิจารณาแต่งตั้งนางสาวปราณีพร ฐิตินันท์ เข้าดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัทแทนตำแหน่งที่ว่างลง
- พิจารณากำหนดอำนาจกรรมการบริษัทและเงื่อนไขการลงลายมือชื่อผูกพันบริษัทให้สอดคล้องกับคณะกรรมการชุดใหม่
- เรื่องอื่น ๆ (ถ้ามี)

ดังนั้น จึงขอเรียนเชิญท่านผู้ถือหุ้นไปประชุมตามวัน เวลา และสถานที่ดังกล่าวข้างต้นโดยพร้อมเพรียงกัน จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ



(นางสุธมาศ จิรรัตน์)
ผู้ถือหุ้นผู้เรียกประชุมตามมาตรา 1174
วรรคสอง



www.wiley.com

หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนการพิมพ์
ตามพระราชบัญญัติจดทะเบียนการพิมพ์ พุทธศักราช ๒๔๕๐

เลขทะเบียน ๙๙๙๘๕ / ๒๖๖๐

หนังสือสำคัญออกให้ไว้เพื่อแสดงว่า บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด โดย นางสาวพรพรรณ เตชาวรศิริ
เลขประจำตัวประชาชน ๓ ๑๐๘ ๐๐๖๖๔ ๔๓ ๖ เชื้อชาติ ไทย สัญชาติ ไทย อายุ ๓๕ ปี อาชีพ นักธุรกิจ
ถิ่นที่อยู่บ้านเลขที่ ๔๖๗/๔ หมู่ที่ - ซอย - ถนน บางแวก
แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร
เป็น เจ้าของ หนังสือพิมพ์ชื่อ Prakard365 ประกาศ365

วัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับ ด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจ บัญชี สังคม และลงประกาศ

ภาษาที่หนังสือพิมพ์จะออก _____ ภาษาไทย

ชนิดของหนังสือพิมพ์ที่ออก _____ เป็นแผ่น

ระยะเวลาที่ออกหนังสือพิมพ์ _____ รายวัน

ชื่อสำนักงานของหนังสือพิมพ์ _____ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๖/๑ หมู่ที่ - - ซอย - -

ถนน _____ แขวง / ตำบล _____ บางไผ่ _____ เขต / อำเภอ _____ บางแค _____ จังหวัด _____ กรุงเทพมหานคร _____

ชื่อสำนักงานของผลประโยชน์ _____ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ _____ เลขที่ _____ หมู่ที่ _____ ซอย _____

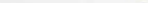
ถนน _____ แขวง / ตำบล _____ บางไผ่ _____ เขต / อำเภอ _____ บางแค _____ จังหวัด _____ กรุงเทพมหานคร _____

ชื่อโรงพยาบาลที่พิมพ์ _____ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ _____ เลขที่ _____ หมู่ที่ _____ - _____ ซอย _____ - _____

ถนน _____ แขวง / ตำบล _____ บางใหญ่ _____ เขต / อำเภอ _____ บางแค _____ จังหวัด _____ กรุงเทพมหานคร _____

นางสาววรรณพร เตชะนวัตร์	เป็นผู้พิมพ์
นางสาววรรณพร เตชะนวัตร์	เป็นผู้โฆษณา
นางสาววรรณพร เตชะนวัตร์	เป็นบรรณาธิการ
บริษัท ชัมเมอร์รี่ จำกัด	เป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์

ออกให้ตั้งแต่ วันที่ ๑๖ เดือน พฤษภาคม พุทธศักราช ๒๕๖๐
(ลงชื่อ) 

(นางสาวกนกอร ศักดาเดช)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดแห่งชาติ

พนักงานเจ้าหน้าที่จัดแจ้งการพิมพ์สำหรับจังหวัด กรุงเทพมหานคร

