

บรรณานุกรม

หนังสือภาษาไทย

ธรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัย. คณะสังคมวิทยาและมนุษยวิทยา. สตรีไทยสมัยรัตนโกสินทร์และการศึกษาวิจัยกับงานพัฒนาสตรี. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2530.

ไพบูลย์ ช่างเรียน. สารานุกรมศัพท์ทางสังคมวิทยา. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ดวงวิद्या, 2516.
มัญญ แสงหิรัญ สุรพล เทวอักษร และบัญญัติ จุลนาพันธ์. สื่อการโฆษณา. พิมพ์ครั้งที่ 1, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2521.

สุชา จันท์เอม และ สุรางค์ จันท์เอม. จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แพรววิทยา, 2520.

เสวี วงษ์มณฑา. "บทบาทของการสื่อสารในกระบวนการสังคม", ในเอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร เล่มที่ 1 หน่วยที่ 12. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529.

อวยพร พาณิช. "การใช้ภาษาในกาโฆษณา", ในเอกสารการสอนชุดการสร้างสรรค์และผลิตสื่อโฆษณา เล่มที่ 1 หน่วยที่ 5. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2530

วารสารภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ,ดร. แนวทางการศึกษาเรื่องผู้หญิงกับสื่อมวลชน. วารสารนิเทศศาสตร์ ปีที่ 9 ฉบับภาคการศึกษาปลาย 2531 : 1-24.

ขวัญเรือน กิตติวัฒน์. สื่อมวลชนกับการสร้างความเป็นจริงทางสังคม. วารสารนิเทศศาสตร์ ปีที่ 9 ฉบับภาคการศึกษาปลาย 2531 : 48-52.

พงษ์สวัสดิ์ สวัสดิพงษ์. การเปลี่ยนแปลงแบบแผนความสัมพันธ์ในครอบครัว : ทักษะเชิงทฤษฎี. วารสารสังคมวิทยามนุษยวิทยา ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (มกราคม 2525) : 5.

ระวีวรรณ ประกอบผล,ดร. ภาพรวมของผู้หญิงในสื่อมวลชน. วารสารนิเทศศาสตร์ ปีที่ 9 ฉบับภาคการศึกษาปลาย 2531 : 26-35.

ศิริพร สะโครบาเน็ด. ภาพพจน์ของผู้หญิงในสายตาสื่อมวลชน. สตรีทัศน์ 1 (2 พ.ค.- ก.ค. 2526) : 12-15.

สินี กมลนาวิน. การเปลี่ยนแปลงฐานะและบทบาทในสังคมของสตรีไทย. วารสารพัฒนบริหารศาสตร์ 11 (กรกฎาคม 2514) : 401-403.

อุบลรัตน์ ศิริยศศักดิ์. นางฟ้าติดหนวด. สตรีทัศน์ 4 (2 ม.ค. - พ.ค.2530) : 34-41.

วิทยานิพนธ์

อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี. คอลัมน์ตอบปัญหาชีวิตในนิตยสารในการสะท้อนบทบาทและสภาพของสตรีไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

เอกสารอัดสำเนา

ธัญญา ประภาสโกมล. รายงานการวิจัยเรื่องสภาพของสตรีบางประเทศในทวีปเอเชียแอฟริกา และลาตินอเมริกา. 2523. (อัดสำเนา)

สมาลี จาติกวนิช. ปัจจัยที่มีส่วนก่อให้เกิดและการเปลี่ยนแปลงค่านิยมของสตรีไทย. (เอกสารสัมมนาเรื่องค่านิยมของสตรีไทยที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาประเทศ, สภาสตรีแห่งชาติ)

หนังสือและบทความภาษาอังกฤษ

Gallagher, Margaret. The Image Reflected by Mass Media : Stereotype (b) Image of Women. Image of Women in the Mass Media (Paris : UNESCO International Commission for the Study of Communication Problems, 1980.

Gallagher, Margaret. "Unequal Opportunities : The Case of Women and the Media. Plus : Vneses, 1981.

Goode, W.J. World Revolution and Family Patterns. New York : The Free Press, 1963.

Hobson D. Housewives and the Mass Media. Culture, Media, Language S. Hall et al (eds), London : Hutchinson, 1980.

Marquez, Flardelinale T. A Comparative Analysis of Culture and the Cultural Content of Printed Media Advertising in the Philippines and Thailand. University of Wisconsin, 1973.

Winch, R.W. The Modern Family. New York : Holt Rinehart and Winston, 1971.

วารสารภาษาอังกฤษ

Busby, linda J. Sex Role Research on the Mass Media. Journal of Communication 25, 4 (1975) : pp. 107-131.

Dominick, Joseph and Gail Ranch. The Image of Women in Network TV Commercials. Journal of Broadcasting 16, 3 (1972) : pp. 259-265.

Jaddou L. & Williams J. A Theoretical Contribution to the struggle against the Dominant Representations of Women. Media, Culture and Society 3 (1981).

Kamla Bhasin. Media Today - An Obstacle in Women's Development. Viertel Jahres Be richte, FFS, Bonn September 1985.

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก

แบบสอบถาม สำหรับนักโฆษณา

1. ท่านคิดว่าบทบาทของผู้หญิงที่แสดงในงานโฆษณาส่วนใหญ่ถูก Present ในลักษณะใดบ้าง

2. แนวโน้มเกี่ยวกับการ Present บทบาทของผู้หญิงที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างไรบ้าง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

3. ในการสร้างสรรค์งานโฆษณาแต่ละชิ้น มีปัจจัยอะไรบ้างที่ท่านใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา

4. ท่านมีเกณฑ์ในการเลือก Presenter ว่าควรจะเป็นหญิงหรือชายอย่างไร โดยเฉพาะในงานที่สามารถใช้ผู้หญิงหรือผู้ชายก็ได้

5. ในการสร้างสรรค์งานโฆษณาของท่าน ภาพที่ออกมาส่วนใหญ่มักจะมีลักษณะชี้นำสังคมหรือสร้างจากความเป็นจริงที่เป็นอยู่ในสังคม

6. ท่านคิดว่าบทบาทของผู้หญิงที่ท่าน Present ในงานโฆษณามีส่วนต่อการสร้าง หรือเปลี่ยนแปลง ภาพพจน์ของผู้หญิงในปัจจุบันหรือไม่อย่างไร

7. เวลาที่ท่านคิดงานโฆษณา ท่านมักให้บทบาทของผู้หญิงในลักษณะใด

8. ถ้ามีงานโฆษณาที่ต้องการสร้างภาพพจน์ของผู้หญิง ท่าน Present บทบาทของผู้หญิงออกมาในลักษณะใด
-
-
9. ปัจจุบันมีการนำผู้หญิงมาเป็น Presenter มากขึ้น ท่านคิดว่ามีการให้บทบาทที่หลากหลายขึ้นหรือไม่
-
-
10. ท่านคิดว่าภาพการ Present ผู้หญิง และผู้ชายในงานโฆษณามีบทบาทที่เกี่ยวเนื่องกันหรือไม่
-
-
11. ได้เคยมีการวิจัยเกี่ยวกับ บทบาทของผู้หญิงที่ Present ออกมาในงานโฆษณา พบว่า มีลักษณะดังนี้
 ก) วัตถุทางเพศ ข) แม่บ้าน/ แม่ ค) ผู้หญิงทำงาน
 ท่านเห็นด้วยหรือไม่อย่างไร
-
-
12. ในทัศนะของท่านบทบาททั้ง 3 นี้หมายถึงอะไร และมีความคิดเห็นอย่างไร และยกตัวอย่างโฆษณา
 ก) วัตถุทางเพศ
-
-
- ข) แม่บ้าน/ แม่
-
-
- ค) ผู้หญิงทำงาน
-
-
13. มีงานวิจัยบางงานแสดงความคิดเห็นว่า บทบาทของผู้หญิงที่ Present ใน 3 ลักษณะข้างต้น เป็นการเสนอภาพที่ซ้ำซาก และส่งผลให้บทบาทของผู้หญิงไม่พัฒนาเท่าที่ควร ท่านเห็นด้วยหรือไม่ และคิดว่ามีปัจจัยที่ทำให้เกิดการเสนอภาพดังกล่าวหรือไม่ คืออะไร
-
-

14. ท่านคิดว่า บทบาทของผู้หญิงที่ Present ออกมาในงาน โฆษณาปัจจุบันมีความเหมาะสมกับบทบาทของผู้หญิงในสังคมปัจจุบันหรือไม่อย่างไร

15. ท่านมีความคิดเห็นต่อคำว่า "ผู้หญิงยุคใหม่" อย่างไร และเห็นว่ามีงานโฆษณาในปัจจุบันที่ Present บทบาทลักษณะนี้มากน้อยแค่ไหน

16. ถ้าท่านมองโฆษณาในฐานะผู้ชม ท่านมีความรู้สึกต่องานโฆษณาที่ Present ผู้หญิงในลักษณะต่างๆ อย่างไร พอใจหรือไม่ และถ้ามีโอกาสท่านต้องการให้ออกมาในแนวใด



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถามเชิงสำรวจ

เรื่อง

การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทและสถานภาพของผู้หญิงในงานโฆษณาทางโทรทัศน์

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- | | | |
|----|--|-----------------------|
| 1. | ปัจจุบันท่านมีอายุ..... ปี (นับตามปี พ.ศ. ที่เกิด) | 5 |
| 2. | สถานภาพสมรส | 6 |
| | 1. สมรส | 2. หม้าย (สามีตาย) |
| | 3. หย่าร้าง | 4. แยกกันอยู่ |
| 3. | ท่านจบการศึกษาในระดับ | 7 |
| | 1. ต่ำกว่าประถมศึกษา | 2. ต่ำกว่ามัธยมศึกษา |
| | 3. ต่ำกว่าปริญญาตรี | 4. ต่ำกว่าปริญญาโท |
| | 5. ระดับปริญญาโทขึ้นไป | |
| 4. | ปัจจุบันท่านประกอบอาชีพ | 8 |
| | 1. แม่บ้าน (เจ้าของบ้าน) | 2. รับจ้างทำงานบ้าน |
| | 3. ทำงานในโรงงาน | 4. ข้าราชการ |
| | 5. พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 6. พนักงานบริษัทเอกชน |
| 5. | ท่านได้รับเงินเดือนๆ ละประมาณ | 9 |
| | 1. ต่ำกว่า 2,000 บาท | 2. 2,001-5,000 บาท |
| | 3. 5,001-7,000 บาท | 4. 7,001-10,000 บาท |
| | 5. 10,001-15,000 บาท | 6. 15,001 บาท ขึ้นไป |

ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อ

6. ทำนดูโทรทัศน์บ่อยเพียงใดภายใน 1 สัปดาห์ 10
1. ไม่ดู
 2. ดู 1-2 วันต่อสัปดาห์
 3. ดู 3-4 วันต่อสัปดาห์
 4. ดู 5-7 วันต่อสัปดาห์
 5. ทุกวัน
7. ทำนดูโทรทัศน์โดยเฉลี่ยใช้เวลาานเท่าใดใน 1 วัน 11
1. น้อยกว่าครึ่งชั่วโมง
 2. ครึ่งชั่วโมง - 1 ชั่วโมง
 3. มากกว่า 1 - 2 ชั่วโมง
 4. มากกว่า 2 - 3 ชั่วโมง
 5. มากกว่า 3 ชั่วโมง
8. เวลาที่มีโฆษณาคั้นรายการท่านมักจะ 12
1. สนใจดูทุกโฆษณา
 2. ดูเฉพาะโฆษณาที่ชอบ
 3. เปลี่ยนสถานีทันที
 4. ดูบ้างไม่ดูบ้าง
9. ในการดูโทรทัศน์ของท่านแต่ละวัน โดยเฉลี่ยแล้วท่านดูโฆษณาทางโทรทัศน์กี่ชิ้น 13
1. น้อยกว่า 3 ชิ้น
 2. น้อยกว่า 5 ชิ้น
 3. น้อยกว่า 10 ชิ้น
 4. มากกว่า 10 ชิ้น
10. เวลาที่ท่านดูโฆษณาท่านจดจำอะไรได้มากที่สุด 14
1. ผู้แสดง
 2. สินค้า
 3. สถานที่
 4. เนื้อเรื่อง
 5. เพลง
 6. คำพูดหรือสโลแกน
11. ท่านคิดว่าโฆษณาในปัจจุบันผู้แสดงส่วนใหญ่เป็น 15
1. เพศหญิง
 2. เพศชาย
 3. ทั้งสองเพศ
 4. มีทั้งเพศชายและหญิงเท่าๆ กัน

ตอนที่ 3 ความคิดเกี่ยวกับบทบาทและสถานภาพของผู้หญิงในงานโฆษณา

12. ท่านรู้สึกอย่างไรกับบทบาทของ "สาวเปรี้ยว" เช่น โฆษณามเปรี้ยว นีเวีย ที่ไม่สนใจ
ประเพณีเก่าๆ 16
1. ไม่ชอบ เพราะทำให้เสื่อมเสียต่อสังคมไทย
 2. ไม่ชอบ เพราะขัดกับความรู้สึกของท่าน
 3. ชอบ เพราะรู้สึกว่าทันสมัยดี
 4. แล้วแต่สินค้าที่โฆษณา
 5. เฉยๆ เพราะก็เป็นแค่ภาพยนตร์
13. ท่านชอบโฆษณาแต่ละชิ้น เนื่องจาก 17
1. เทคนิคแปลกใหม่ของภาพยนตร์
 2. ภาพยนตร์สวยงาม
 3. ชื่นชอบผู้แสดง
 4. มีความสมจริง
 5. เนื้อเรื่องเข้าใจง่าย
 6. ชอบสถานที่
 7. เพลงไพเราะ
 8. เนื้อเรื่องทันสมัย

ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทต่างๆ	มาก	ปานกลาง	น้อย	
1. บทบาทของผู้หญิงในงานโฆษณาเหมือนในชีวิตจริงของท่าน				18
2. การแต่งกายของผู้หญิงในงานโฆษณามีผลต่อการแต่งตัวของท่าน				19
3. บทบาทของผู้หญิงในงานโฆษณา ผู้หญิงเป็นเพียงส่วนประกอบที่ทำให้โฆษณาน่าดู				20
4. บทบาทของผู้หญิงในงานโฆษณา มีการปรากฏตัวในสถานที่ต่างๆ มากขึ้น นอกเหนือไปจากอยู่แต่ในบ้าน				21
5. บทบาทของผู้หญิงในงานโฆษณา มีการประกอบอาชีพที่หลากหลายขึ้น				22
6. บทบาทของผู้หญิงในงานโฆษณา มีส่วนต่อการตัดสินใจซื้อหรือยอมรับสินค้า				23
7. บทบาทของผู้หญิงในงานโฆษณา เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคมปัจจุบัน				24
8. งานโฆษณาในปัจจุบันมีการใช้ผู้หญิงนำเสนอมากขึ้น ท่านคิดว่าส่วนใหญ่มีความเหมาะสมกับสินค้าและบทบาท				25

ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทต่างๆ	มาก	ปานกลาง	น้อย	
9. บทบาทของผู้หญิงในงานโฆษณา มีส่วนในการชั้นนำพฤติกรรมวัยรุ่น				26
10. บทบาทของผู้หญิงในงานโฆษณา มีส่วนกระตุ้นให้ทำนารัฐีกกระตือรือร้นในการพัฒนาตัวเอง				27
11. บทบาทของผู้แสดงหญิงในงานโฆษณาที่มีส่วนต่อการพัฒนาผู้หญิง				28

	ชอบมาก	ชอบ	เฉยๆ	ไม่ชอบ	
1. บทบาทของผู้หญิงในงานโฆษณาเน้นความสวยงาม รูปร่างหน้าตา ความขี้ขลาด					29
2. บทบาทของผู้หญิงในงานโฆษณาเป็นแม่บ้าน แม่มีบทบาทเฉพาะการดูแลบ้าน และคนในครอบครัว					30
3. บทบาทของผู้หญิงในงานโฆษณาผู้หญิงทำงานนอกบ้าน มีอิริยาบถคล่องแคล่ว ปราดเปรียว มีความสามารถทัดเทียมผู้ชาย เช่น โฆษณาโทรศัพท์มือถือ					31
4. บทบาทของผู้หญิงในงานโฆษณาก้าวร้าว ไม่มีกาลเทศะ เช่น โฆษณากระเบื้องดูราเกอร์ส ที่ผู้หญิงปิดข้าวห้องทั้ง					32
5. บทบาทของผู้หญิงในงานโฆษณาไม่มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า					33
6. บทบาทของผู้หญิงในงานโฆษณาไม่มีความมั่นใจในตัวเอง ต้องให้ผู้ชายคอยช่วยเหลือดูแล					34
7. บทบาทของผู้หญิงในงานโฆษณา "ไม่รักษานวลสงวนตัว"					35
8. บทบาทของผู้หญิงในงานโฆษณาตามแบบฉบับผู้หญิงไทย เป็นแม่ศรีเรือน					36
9. บทบาทของผู้หญิงในงานโฆษณามีความมั่นใจ เป็นตัวของตัวเอง					37
10. บทบาทของผู้หญิงในงานโฆษณา ผู้หญิงมักจะเก่งกว่าผู้ชาย					38

	ชอบมาก	ชอบ	เฉยๆ	ไม่ชอบ	
11. บทบาทของผู้หญิงในงานโฆษณา มีความกลมกลืนกับสังคมไทย					39
12. บทบาทของผู้หญิงในงานโฆษณา มีอิสระทางความคิด					40
13. บทบาทของผู้หญิงในงานโฆษณา "ไม่ยอมเป็นช้างเท้าหลัง"					41
14. บทบาทของผู้หญิงในงานโฆษณา หัวทกกันชีวิตกับเที่ยวได้จนสว่าง					42

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการเสนอภาพของผู้หญิงในงานโฆษณาในบทบาท
แม่ หรือแม่บ้านที่อยู่กับเข่าเข้ากับเรือน ดูแลเฉพาะครอบครัว

ผู้หญิงทำงาน ที่มีความคล่องแคล่ว ปราดเปรี้ยว มีความสามารถทัดเทียมกับผู้ชาย

บทบาททางเพศ ที่เสนอภาพในแง่ความสวยงามของหน้าตา และร่างกาย เท่านั้น

ท่านคิดว่าการเสนอภาพของผู้หญิงในงานโฆษณาในบทบาทมีผลต่อการพัฒนาหรือไม่

รสดี หมูกรรโช

เปิดร้อน



รสดี รสหมู เป็นเม็ดร้อน...ใช้สะดวก สกตจากเนื้อหมูธรรมชาติ

เพิ่มรส...เพิ่มอร่อยด้วย รสดี รสหมู ใช้สะดวก เพราะเป็นเครื่องปรุงรสสูตรสำเร็จสกัดจากเนื้อหมูธรรมชาติ ด้วยกรรมวิธีทันสมัยและสะอาด สามารถละลายกลมกลืน เข้ากับอาหารได้ง่าย ช่วยประหยัดเวลาเหมาะกับการปรุงอาหารต่างๆ เช่น ต้ม แกง ผัด ทอด และอื่น ๆ

"เชิญลิ้มรสอร่อยของก๋วยเตี๋ยว ที่คุณปรุงด้วย รสดี ซิคะ"

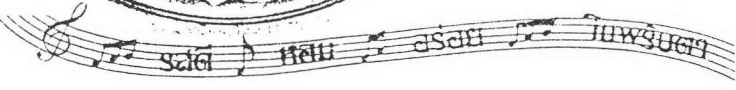


สูตรอร่อย...สูตรรสดี

ก๋วยเตี๋ยว สาธิตเมนูพิเศษ

- เครื่องปรุง
- ก๋วยเตี๋ยวเส้นใหญ่ 1.5 กก.
 - เนื้อหมูบดเจ้าฟ้าฟาร์ม 300 กรัม
 - หมูยอ 100 กรัม
 - หมูยอ 100 กรัม
 - หมูยอ 100 กรัม
 - หมูยอ 100 กรัม
 - หมูยอ 100 กรัม
 - หมูยอ 100 กรัม
 - หมูยอ 100 กรัม
 - หมูยอ 100 กรัม

- วิธีทำ
1. ให้นำ ก๋วยเตี๋ยว รสดี หมูยอ...
 2. ต้มจนก๋วยเตี๋ยว ใส่น้ำตาล...
 3. ให้นำหมูยอใส่หม้อก๋วยเตี๋ยว...



สกัดจากเนื้อหมูธรรมชาติ



ให้คุณค่าที่ยิ่งสูง...
สามารถช่วยคุณแม่

ทุกๆ กระบวนการของ
นมสดสเตอริไลส์ตราหมี
ให้คุณค่าที่ยิ่งสูงแก่คนที่คุณรัก
และช่วยให้คุณแม่
ที่ต้องเอาใจใส่กับลูกมากจริงๆ

นมสดสเตอริไลส์ **ตราหมี**
ให้คุณค่าที่ยิ่งสูง...

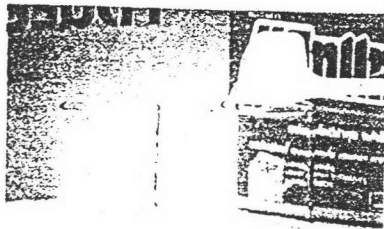
ตราหมี



นมสดสเตอริไลส์

จา
น
าง

ง
ก
บ
ฉ
ง
า
า
ม
ไ
ม



1 ซ้อน = 1/2 ของแบบธรรมดา

เพียงข้อเดียว แก้ข้อบกพร่อง



ไอ-ไอ... (faded text)

ไอ-ไอ... (faded text)

บางจุด

แอทแทคทะลุเป้า

และแล้วยุทธการสายฟ้าฟาด
ก็เริ่มขึ้น เมื่อคาโอาก็เปิดตัว
แอทแทค ด้วยการโหมทำตลาด
แบบแสมสารก็เกิดขึ้น... (faded text)

การรุกบิสดั๋วแอทแทคครั้งนี้
ทางคาโอาก็ได้จำกัดกลุ่มเป้า
หมายว่าจะต้องเป็นกลุ่มตลาดโด
ตลาดหนึ่งโดยเฉพาะ... (faded text)

ทำ... (faded text)

แล้วคาโอาก็เริ่ม
แอทแทค 3 ขนาดคือ... (faded text)

สรุปแล้วถ้า... (faded text)

อีกหนึ่งความใหม่จากซินีล....



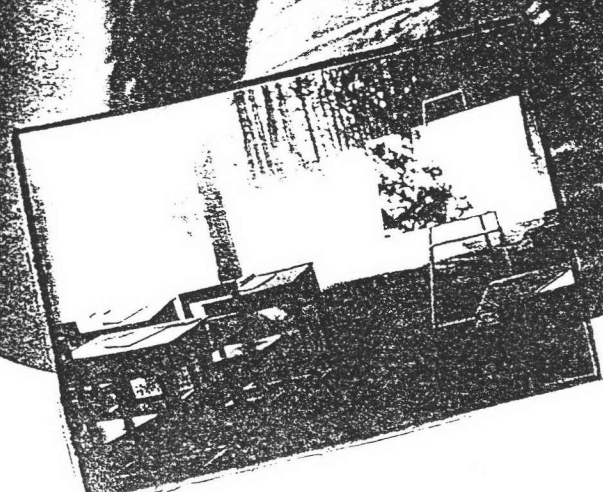
ผมใหม่ ลอย N

Signature/Logo

Enjoy

Coca-Cola®

ดื่มแล้วสดชื่น...
อร่อย...
ดื่มแล้วสดชื่น...



เพื่อเมืองไทย
ดื่มแล้วสดชื่น

ต้องดื่ม

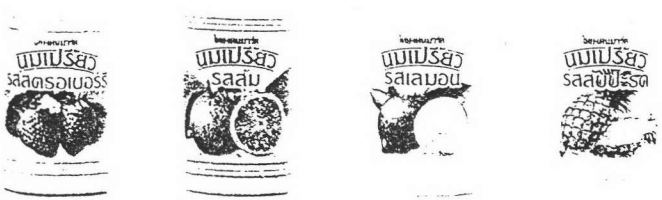


© 1997 The Coca-Cola Company. All rights reserved. The Coca-Cola Company

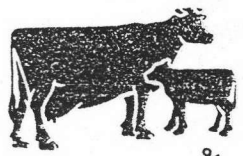
นมเปรี้ยว



“ที่หอมเพราะมีแลคโตบาซิลลัส” “ที่หมดเพราะอร่อย”



จะดื่มอะไรทั้งที ก็ควรมี
ประโยชน์ต่อสุขภาพ นมเปรี้ยว
ไทย-เดนมาร์ก ทำจากนมสดแท้ ๆ
ก็ย่อมมีคุณค่ามากกว่าที่อื่นจากนม
ผง และที่สำคัญเพราะมีจุลินทรีย์
แลคโตบาซิลลัส แต่ที่ดื่มนมเปรี้ยว
ไทย-เดนมาร์กอร่อย ๆ นี้เพราะ
รสชาติ ความอร่อย กับประโยชน์หลาย
รสให้เลือก ไม่ต้องซ้ำซากซ้ำแล้ว

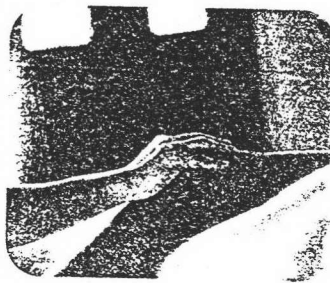


นมจากเต้า

นมเปรี้ยว ไทย-เดนมาร์ก

โยเกิร์ตพร้อมดื่มเพื่อสุขภาพ

TACT AWARDS '15



ออกแทน ชุด OUR FUTURE
ได้รับรางวัล Silver Award รางวัล
ภาพยนตร์โฆษณาเดี่ยวยอดเยี่ยม ประเภท
ผลิตภัณฑ์รถยนต์ บริษัท
เจ้าของผลิตภัณฑ์ บริษัท
การบริการเยี่ยมแห่งประเทศไทย
บริษัทตัวแทนโฆษณา บริษัท ลีโอ
เบอร์เนทท์ จำกัด

ผู้ออกความคิดโฆษณา คุณภาณุ
อิงระวัต/คุณสุชจิต ศรีสุคนธ์/
คุณประภาพรรัตน์ ตงศิริ
บริษัทผลิตภาพยนตร์โฆษณา
บริษัท ulyam สตูดิโอ จำกัด
ผลิตภัณฑ์น้ำดื่มตราสิงห์

ธุรกิจธรรมชาติ ได้รับรางวัล Gold
Award รางวัลภาพยนตร์โฆษณา
เดี่ยวยอดเยี่ยม ประเภท เครื่องดื่ม
บริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์ บริษัท
นครอดบิวเวออรี่ จำกัด
บริษัทตัวแทนโฆษณา บริษัท
เอ็กสลิวี่ แอนด์ เมเธอร์ จำกัด
ผู้ออกความคิดโฆษณา แบร์รี โอ-
เก็น

บริษัทผลิตภาพยนตร์โฆษณา
บริษัท พีแอนด์ซี

ภาพยนตร์โฆษณาแบบ
ซอฟท์ เซลล์นี้มักจะมีองค์ประ
กอบหลายๆด้านมารวมเช่น
เกี่ยวข้องกับกับแบบฮาร์ด เซลล์ที่
คือครีเอทีฟมารวม แต่ทว่าในการ
โฆษณาแบบซอฟท์ เซลล์นั้น นอก
เหนือจากครีเอทีฟแล้ว ในยุคปัจ
จุบันยังมีการนำเอาเรื่องของการ
เอนเทอร์เทนมาใช้ร่วมด้วย ซึ่ง
เรื่องเอนเทอร์เทนนี่คือการนำ
เสนอรูปแบบต่างๆที่อยู่ในลัก
ณะความบันเทิงในหลายรูปแบบ
ไม่ว่าจะเป็นการนำเพลงมาเป็น
ส่วนประกอบ การสร้างตัวละคร

บริษัท
บริษัท
บริษัท ลีโอ
คุณภาณุ
ทีมพีช ทิว
Gold
โฆษณา
อาหาร
โฆษณาประ
โฆษณายอด
บริษัท
เทรตดิง
บริษัท ลีโอ
คุณภาณุ
สินทรัพย์/
บริษัท ลีโอ
ครีม
Gold
โฆษณา
ประเภท เครื่อง
ส่วนตัว
บริษัท
อินทนิล
บริษัท ลี
จำกัด
คุณภาณุ
นาครชน/
ไทยเจริญพิภพ/คุณ
สิลาชัยพัลลิว/คุณจารุวัตร
สินธุ์
โฆษณา
สตูดิโอ จำกัด
ผลิตภัณฑ์ ปตท.ไฮ-

ศูนย์วิจัย
จุฬาลงกรณ์

“ นึกไม่ถึงใช้ไหมคะ
กางเกงยีนส์ที่ซื้อมีซับได้มาก
แต่มีขนาดไม่หนาเชื้อ ”



Prinya Kiatanan
ปริญญากลาทีนิจ
ศิลปิน



วิสเปอร์ เอ็กเซล-บางเฉียบ
ด้วยแผ่นใยครายวีฟ 2 ชั้น
นุ่มระแนบซึมซับพิเศษสุด



จึงซึมซับความชื้นได้มากและ
มากเท่าแผ่นหนา



ช่วยส่งผ่านความชื้นรวดเร็ว
สู่ด้านล่างไม่ไหลย้อนกลับ



ผิวสัมผัสด้านบน จึงแห้ง
สะอาดที่สุดแม้วันมามาก

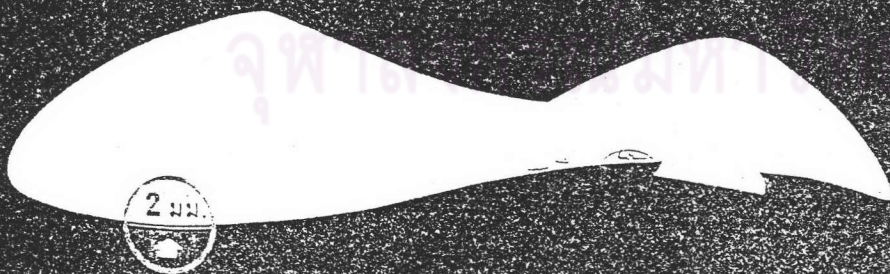
ซึมซับได้มากเท่าแผ่นหนา



เอ็กเซล - บางเฉียบ



พรม เอ็กเซล - บางเฉียบพร้อมกัน



ทั้งที่บางเฉียบเพียง 2 มม.



วิสเปอร์

แห่งสะอาดกว่า ไทลท์ทอลวนตา

“ วิสเปอร์ เอ็กเซล-บางเฉียบ... สบาย... เหมือนไม่มีอะไรเป็นส่วนเกินเลยคะ ”

เสริมสรเบบทุททเทมูมูนิ
เชียงชายชาตรี และสตรีผู้มี
ระดับด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่
มิตซูบิชิ SlimTel

มิตซูบิชิ SlimTel MT 796
AMPS 800 เพื่อบุคลิกภาพใหม่
ของการใช้โทรศัพท์มือถือ สวยทันสมัย
เบาเพียง 300 กรัม บางเฉียบ 3.1 ซม.
และสูงเพียง 16 ซม. แต่สามารถใช้
ได้ง่าย เพียงกดเลขหมาย 7 หลัก
เหมือนโทรศัพท์ธรรมดา

อย่าให้ความเทอะทะของโทรศัพท์
ทำลายบุคลิกคุณ สร้างบุคลิกใหม่
ที่เก๋ไก๋กว่ากับมิตซูบิชิ SlimTel

SlimTel เบบาง เสริมสร้างบุคลิก

ตัวแทนจำหน่าย

กรุงเทพฯ

บริษัท วิคคอรี่ จำกัด

โทร. 319-6850-2

บริษัท วิ.เอ็ม.เอส. จำกัด

โทร. 381-0101-3

บริษัท นิวดันออคเมชั่น

โทร. 246-4741-5

บริษัท สุริวัฒน์ จำกัด

โทร. 589-0040-2

บริษัท เฟลท์เกรทเคเลค

โทร. 457-6763

บริษัท สยามกันซัน จำกัด

โทร. 255-5935-8

ภาคเหนือ

บริษัท เชียงใหม่วริริ จำกัด

โทร. (053) 235-702

หจก. เข็มลวาลี

โทร. (053) 712-241-

ภาคใต้

หจก. เซาร์ทไทยคอมมิว

โทร. (074) 235-645

ภาคอีสาน

หจก. โดฬามอเคอร์

โทร. (044) 257-460-

ภาคตะวันออก

หจก. แสงไพศาล

โทร. (038) 232-729

บริษัท วรจักรอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
Worachak International Co., Ltd.

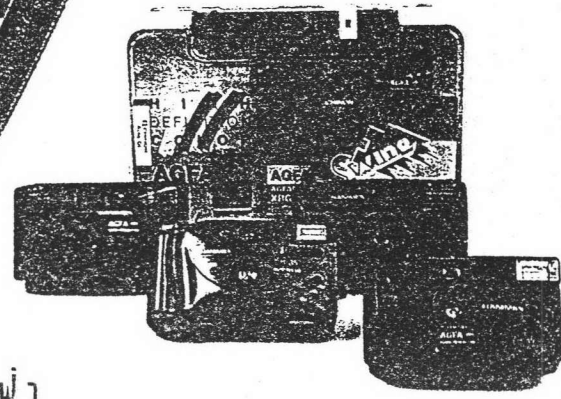
ตั้งเตียวอง ฮีตม ชั้น 4 723 ถนนสีลม กรุงเทพฯ 10500
โทร. 234-4166-8, 235-4195-9 สายตรง โทร. 234-2683, 235-1541, 235-1193, 235-
เทเล็กซ์: WICBKK TH 72282 โทรสาร: 234-4169



ออกฟ้าสวิง... บงกลวิท



สวิง...กล้องถ่ายภาพคุณภาพดี
ฟ้ากลัรับประกันให้คุณมั่นใจ
่ายรุ่นให้คุณเลือก ทุกรุ่นใช้ง่าย
าพคมชัด



AGFA 

ภาพสวยสดใส...ใช้้อฟ้า

อีกฟ้าสวิง... บังแสงวิท



สวิง...กล้องถ่ายภาพดี
พากล้ารับประกันให้คุณมั่นใจ
ทุกรุ่นให้คุณเลือก ทุกรุ่นใช้ง่าย
ภาพคมชัด



AGFA  ภาพสวยสดใส...ใช้อีกฟ้า

ประวัติผู้เขียน

นางสาวสุนัตรา ศิริมิ่งคะลา เกิดวันที่ 15 สิงหาคม 2509 ที่จังหวัดอุทัยธานี จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาจาก โรงเรียนเขมะสิริอนุสสรณ์ และสำเร็จการศึกษาปริญญาตรี นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาประชาสัมพันธ์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2530 ปัจจุบันทำงานที่ บริษัท เครื่องสุขภัณฑ์อเมริกันสแตนดาร์ด (ประเทศไทย) จำกัด



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย