

4/27/4105

กระบวนการสื่อความหมายผ่านสื่อมวลชนในการจัดแสดงสินค้าของห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัล



นางสาวภารตี โมกษะสมิต

ศูนย์วิทยทรัพยากร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2538

ISBN 974-584-765-8

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

±1645149X

**A Process of Communicative Meaning Through Mass Media
For Product Display of Central Department Stores**



MISS PARADEE MOKEKASMITH



ศูนย์วิทยทรัพยากร

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts

Department of Mass Communication

Graduate School

Chulalongkorn University

1995

ISBN 974-584-765-8

หัวข้อวิทยานิพนธ์

กระบวนการสื่อความหมายผ่านสื่อมวลชนในการจัดแสดงสินค้าของ
ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล

โดย

นางสาวภาวดี โมกษะสมิต

ภาควิชา

การสื่อสารมวลชน

อาจารย์ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ โฉมฉาย วงศ์บ้านคู้



บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารบัณฑิต

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.สันติ อุดสุวรรณ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ขวัญเรือน กิติวัฒน์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ โฉมฉาย วงศ์บ้านคู้)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ศิริกาสะ)



ภารตี โมกษะสมิต : กระบวนการสื่อความหมายผ่านสื่อมวลชนในการจัดแสดงสินค้า
ของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล. (A PROCESS OF COMMUNICATIVE MEANING
THROUGH MASS MEDIA FOR PRODUCT DISPLAY OF CENTRAL DEPARTMENT
STORES) อ.ที่ปรึกษา : ผศ.โอฬาร วงศ์บ้านคู้, 136 หน้า.
ISBN 974-584-765-8

การศึกษาครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงกระบวนการสื่อความหมายในการจัดแสดงสินค้า
ของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล และการถ่ายทอดผ่านสื่ออื่น ๆ ของการจัดแสดงสินค้า โดยใช้การศึกษา
เชิงคุณภาพ จากผลการศึกษาพบว่า

การจัดแสดงสินค้าของห้างเซ็นทรัล เป็นเครื่องมือช่วยในการส่งเสริมการขายสินค้าและ
สร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่ห้าง โดยที่การจัดแสดงสินค้าจะกระทำเพื่อตอบสนองต่อแผนของฝ่ายจัดซื้อ
(MERCHANDISING PLAN) และแผนของฝ่ายส่งเสริมการขายและโฆษณา (PROMOTION &
ADVERTISING PLAN) ของห้าง โดยมุ่งที่จะสื่อความหมายไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นหลัก

การสร้าง ความหมายในการจัดแสดงสินค้า ถูกสร้าง ความหมายขึ้นโดยใช้ตัวอ้างอิง
(REFERENCE) และการใช้บริบท (CONTEXTUAL) เพื่อสื่อไปยังกลุ่มลูกค้า ซึ่งการจัดแสดงสินค้า
ดังกล่าวไม่ได้ถูกนำไปผ่านสื่ออื่น ๆ โดยตรง แต่การจัดทำสื่ออื่น ๆ จะนำแผนทั้ง 2 คือแผนของฝ่าย
จัดซื้อและแผนของฝ่ายส่งเสริมการขายฯ ไปสร้างผลงานให้เกิดความสอดคล้องในทิศทางเดียวกัน
กับการจัดแสดงสินค้า ทั้งนี้ก็เพื่อสนับสนุนและเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกันในด้านการตลาด

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน
สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน
ปีการศึกษา 2537

ลายมือชื่อนิสิต
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

C550494 : MAJOR MASS COMMUNICATION
KEY WORD: PRODUCT DISPLAY / DEPARTMENT STORE / COMMUNICATIVE MEANING

PARADEE MOKEKASMITH : A PROCESS OF COMMUNICATIVE MEANING THROUGH
MASS MEDIA FOR PRODUCT DISPLAY OF CENTRAL DEPARTMENT STORES.

THESIS ADVISOR : ASST. PROF. OLARN WONGBANDUE 136 pp.

ISBN 974-584-765-8

The objectives of this qualitative research are to study a process of communicative meaning for product display of Central Department Stores and to investigate mass media utilization of product display. The results are as follows :

The Department Store's product display was used as a promotional tool to boost up the store's product and image. Product display was served for merchandising, promotion and advertising plans, aiming primarily to communicate with their target audiences.

The store's product display was signified by using reference meaning and contextual to communicate with its customers. Display was not done directly through mass media. The preparation and creative ideas of other media, though, was based on merchandising, promotion and advertising plans so that the outcomes were in accordance with product display and mutually support in the purposes of Marketing aspect.



ภาควิชา..... การสื่อสารมวลชน
สาขาวิชา..... การสื่อสารมวลชน
ปีการศึกษา..... 2537

ลายมือชื่อนิสิต.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดีซึ่งจาก
อาจารย์ทั้ง 3 ท่านคือผู้ช่วยศาสตราจารย์ โอบีฟาร์ วงศ์บ้านคู้ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
รองศาสตราจารย์ ดร. ศิริรัช สิริภาชนะ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธวัช เรือน กิติวัฒน์
ซึ่งทุกท่านได้ให้ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นต่างๆ แก่การวิจัยมาด้วยดีตลอด จึงขอขอบพระคุณ
ท่านอาจารย์มา ณ. ที่นี้

ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณ คุณสุทธิชาติ จิราธิวัฒน์ ประธานกลุ่มธุรกิจ
ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล และดร. ประทีป นครชัย ผู้อำนวยการฝ่ายสาธารณกิจ บริษัทห้าง
สรรพสินค้าเซ็นทรัล ซิคลม จำกัด ผู้ซึ่งเห็นความสำคัญและเปิดโอกาสให้ผู้วิจัยได้ศึกษา
เรื่องราวต่างๆในครั้งนี ขอขอบคุณสำหรับบุคลากรทุกท่านของฝ่ายส่งเสริมการขายและโฆษณา
แผนกดีสเพลย์ โดยเฉพาะคุณกษรินทร์ รัตนวิเชียร หัวหน้าแผนกดีสเพลย์ และเจ้าหน้าที่
ดีสเพลย์ ที่ให้ความรู้และความร่วมมืออย่างดียิ่ง

และท้ายที่สุดผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณ บิดา-มารดา ซึ่งสนับสนุน
ในด้านการเงิน รวมทั้ง พี่ น้อง และเพื่อนๆ ทุกคนที่คอยเป็นแรงหนุน และให้กำลังใจแก่
ผู้วิจัยเสมอมาจนกระทั่งงานวิจัยสำเร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอแสดงความขอบคุณอย่างสุดซึ้งที่มา
ไว้ ณ. ที่นี้

ภารดี โมกชะสมิต

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



บทคัดย่อภาษาไทย

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ

กิตติกรรมประกาศ

สารบัญตาราง

สารบัญภาพ

บทที่ 1	บทนำ.....	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	ปัญหานำการวิจัย.....	3
	วัตถุประสงค์.....	3
	ขอบเขตของการศึกษา.....	3
	ข้อสันนิษฐาน.....	3
	นิยามศัพท์.....	4
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
บทที่ 2	แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	5
	แนวคิดเกี่ยวกับการจัดแสดงสินค้า(DISPLAY).....	5
	แนวคิดเรื่องสัญณะและความหมายของ PIERCE และ SAUSSURE....	20
	แนวคิดเกี่ยวกับ MEDIUM IS THE MESSAGE ของ MARSHALL MCLUHAN.....	28
บทที่ 3	ระเบียบวิธีวิจัย.....	30
	แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา.....	30
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	32
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
	การนำเสนอข้อมูล.....	33

	หน้า
บทที่ 4	
กระบวนการจัดแสดงสินค้าของห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัล.....	34
มารู้จักกับฝ่ายศิลป์และดีสเพลย์ของห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัล.....	34
การเลือกจุดแสดงสินค้า.....	35
ที่มาของแผนผังจัดซื้อ.....	41
ที่มาของแผนการจัดแสดงสินค้าของฝ่ายส่งเสริมการขายและโฆษณา..	48
กระบวนการจัดแสดงสินค้าของแผนกดีสเพลย์.....	57
กระบวนการจัดหาสินค้าเพื่อใช้ในการจัดแสดงสินค้า.....	63
การเลือกจัดแสดงสินค้าด้านหน้าห้างสรรพสินค้า (WINDOW DISPLAY).....	66
ระยะเวลาและความถี่ในการเปลี่ยนแปลงการจัดแสดงสินค้า ของห้าง เซ็นทรัล.....	69
งบประมาณในการใช้จัดแสดงสินค้า.....	69
บทที่ 5	
การวิเคราะห์การสร้างความเหมาะสมในการจัดแสดงสินค้า ของห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัล.....	71
การจัดแสดงสินค้าขนาดใหญ่.....	71
-การสร้างความเหมาะสมการจัดแสดงสินค้าในงานตรุษจีน.....	72
-การสร้างความเหมาะสมการจัดแสดงสินค้าในงานวันวาเลนไทน์....	76
-การสร้างความเหมาะสมการจัดแสดงสินค้าในงานเนสกาแฟ เซค....	79
-การสร้างความเหมาะสมการจัดแสดงสินค้า ในงานSUMMER HOLIDAY'93.....	83
-การสร้างความเหมาะสมการจัดแสดงสินค้า ในงานเซ็นทรัลรักษ์ธรรมชาติ+EARTH DAY.....	85
-การสร้างความเหมาะสมการจัดแสดงสินค้าในงานSAFARI.....	89
-การสร้างความเหมาะสมการจัดแสดงสินค้าในงานMIGHTY SALE....	92
-การสร้างความเหมาะสมการจัดแสดงสินค้าในงานVERY JEAN.....	96
-การสร้างความเหมาะสมการจัดแสดงสินค้า ในงานCENTRAL 46TH.ANNIVERSARY.....	100

	หน้า
-การสร้างความหมายการจัดแสดงสินค้าในงานFRENCH FAIR...	104
-การสร้างความหมายการจัดแสดงสินค้า ในงานLET'S CELEBRATE 1994.....	107
การจัดแสดงสินค้าขนาดกลาง.....	110
การจัดแสดงสินค้าขนาดเล็ก.....	114
บทที่ 6 สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	117
บรรณานุกรม.....	126
ภาคผนวก.....	128
ประวัติผู้วิจัย.....	136



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
แผนผังจัดซื้อประจำปี 2536.....	42
แผนการจัดคิสรณ์ของฝ้ายส่งเสริมการขายและโฆษณา ประจำปี 2536.....	49



ศูนย์วิทยพัรพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าตู้โชว์แบบเดี่ยว (SINGLE DISPLAY).....	7
2.2 การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าตู้โชว์แบบมุม (CORNER DISPLAY).....	8
2.3 การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าตู้โชว์แบบเกาะ (ISLAND DISPLAY).....	9
2.4 การจัดแสดงสินค้าบนเคาน์เตอร์เสนอขายภายในห้าง (TOP OF COUNTER DISPLAY).....	10
2.5 การจัดแสดงสินค้าบนผนังภายในห้าง (WALL DISPLAY).....	11
2.6 การจัดแสดงสินค้าแบบแขวนภายในห้าง (HANGING DISPLAY).....	12
2.7 การจัดแสดงสินค้าในตู้โชว์ภายในห้าง (CLOSE DISPLAY).....	13
2.8-9 การจัดแสดงสินค้าบนพื้นที่ภายในห้าง (OPEN DISPLAY).....	14
4.1 การจัดแสดงสินค้า ณ จุดขายสินค้าเครื่องสำอาง CLARINS.....	36
4.2 การจัดแสดงสินค้า ณ จุดขายแผนกเสื้อผ้าสตรี.....	37
4.3-4 การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าและภายในห้างในงาน MIGHTY SALE.....	38
4.5 จุดแสดงสินค้าทั่วไปบริเวณทางขึ้น-ลงบันไดเลื่อน.....	39
4.6 จุดแสดงสินค้าทั่วไปบริเวณแยกทางเดิน.....	40
4.7-8 การจัดแสดงสินค้าในช่วงหน้าร้อนเน้นบรรยากาศทะเลและสินค้า ที่เกี่ยวข้องกับการไปเที่ยวทะเล.....	44
4.9 การจัดแสดงสินค้าในเทศกาลปีใหม่ เน้นสงสี เพิ่มความเข้าใจ.....	46
4.10 การจัดแสดงสินค้าใน THEME "SAFARI" กับการเลือกใช้สี EARTH TONE.....	47
4.11 การจัดแสดงสินค้าผลิตภัณฑ์น้ำหอมด้านหน้าห้าง.....	51
4.12 การจัดแสดงสินค้าในงาน "MIGHTY SALE" หนึ่งในรายการ PROMOTION หลัก ของห้างเซ็นทรัล.....	53
4.13 การจัดแสดงสินค้าในงาน "เซ็นทรัลรักธรรมชาติ".....	54
4.14 การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าห้างในงาน "VERY JEAN".....	56

ภาพที่	หน้า
4.15-16 ภาพ SKETCH และการจัดแสดงสินค้าด้านหน้าในห้างเซ็นทรัล ในงาน "เซ็นทรัลรักษ์ธรรมชาติ".....	58
4.17 การจัดแสดงสินค้าในรายการส่งเสริมการขาย "MIGHTY SALE" แสดงถึง ความสนุกสนานในงานเลี้ยง.....	61
4.18 การจัดแสดงสินค้าในรายการส่งเสริมการขาย "MIGHTY SALE" แสดงถึง การท่องเที่ยวสามราตรีของสาวไฮโซ.....	62
4.19 การจัดแสดงสินค้าในงาน "เซ็นทรัลรักษ์ธรรมชาติ" แต่งด้วย Prop. ทั้งหมด.....	64
4.20 การจัดแสดงสินค้านำร่วมกับ SUPPLIER ผลิตภัณฑ์ "COKE".....	65
4.21 งาน "VERY JEAN" ในช่วง 10-29 กันยายน 2536.....	66
4.22 การจัดแสดงสินค้านำร่วมกับ SUPPLIER ผลิตภัณฑ์ "NESCAFE".....	68
5.1-4การจัดแสดงสินค้าทั้งด้านหน้าและภายในห้างในงาน "วันตรุษจีน".....	72
5.5-7การจัดแสดงสินค้าทั้งด้านหน้าและภายในห้างในงาน "วันวาเลนไทน์"....	76
5.8 แบบ SKETCH การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าห้างในงานส่งเสริมการขาย ร่วมกับSUPPLIER ผลิตภัณฑ์ "เนสกาแฟ เชด".....	79
5.9 การจัดแสดงสินค้าภายในตู้ด้านหน้าห้างในรายการส่งเสริมการขาย ร่วมกับ SUPPLIER ผลิตภัณฑ์ "เนสกาแฟ เชด".....	80
5.10 แบบSKETCH การจัดแสดงสินค้าภายในห้างในงานส่งเสริมการขาย ร่วมกับ SUPPLIER ผลิตภัณฑ์ "เนสกาแฟ เชด".....	81
5.11-12 การจัดแสดงสินค้าในงาน "SUMMER HOLIDAY'93" โดยร่วมกับ SUPPLIERผลิตภัณฑ์ "COKE".....	83
5.13-15 การจัดแสดงสินค้าในงาน "เซ็นทรัลรักษ์ธรรมชาติ".....	85
5.16 การจัดแสดงสินค้า ณ จุดขายแผนกหนังสือ ในงาน "เซ็นทรัลรักษ์ธรรมชาติ".....	88
5.17-19 การจัดแสดงสินค้าในงาน "SAFARI".....	89
5.20 การจัดแสดงสินค้า ณ จุดขายแผนกดนตรี ในงาน "SAFARI".....	91
5.21-22 การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าห้างในงาน "MIGHTY SALE".....	92

ภาพที่	หน้า
5.23 การจัดแสดงสินค้าภายในห้างในงาน "MIGHTY SALE".....	94
5.24 การจัดแสดงสินค้า ณ จุดขายแผนกของเล่นเด็ก ในงาน "MIGHTY SALE".	95
5.25 แบบ SKETCH การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าห้างในงาน "VERY JEAN"....	96
5.26-28 การจัดแสดงสินค้าในงาน "VERY JEAN".....	96
5.29-32 การจัดแสดงสินค้าในงาน "CENTRAL 46TH ANNIVERSARY".....	100
5.33-34 การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าห้างในงาน "FRENCH FAIR".....	104
5.35-36 การจัดแสดงสินค้าภายในห้างในงาน "FRENCH FAIR".....	106
5.37-40 การจัดแสดงสินค้าในงาน "LET'S CELEBRATE 1994".....	107
5.41 โฆษณาชวนภายในห้างเซ็นทรัล ในช่วงงาน "MIDNIGHT SALE".....	111
5.42 แผ่นพับแจกในช่วงงาน "MIDNIGHT SALE".....	111
5.43 สิ่งพิมพ์ที่โฆษณาในหนังสือนิตยสาร ในงาน "SANRIO".....	112
5.44 แผ่นพับแจกในงาน "STREET SMART".....	115