

การสร้างสัญญาผ่านโฆษณาทางสื่อมวลชน
เพื่อกำหนดสถานภาพของสินค้า
: กรณีศึกษาเครื่องใช้ไฟฟ้าชาร์ป



จันทร์เพ็ญ โภคาชัยวัฒน์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2535

ISBN 974-581-625-6

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

018339 111118949

THE SIGN CONSTRUCTION THROUGH MEDIA
ADVERTISEMENT IN ORDER TO PROMOTE PRODUCT
STATUS : A CASE STUDY OF SHARP ELECTRICAL APPLIANCES

MISS CHANPEN PHOKACHAIPAT

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts

Department of Mass Communication

Graduate School

Chulalongkorn University

1992

ISBN 974-581-625-6

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การสร้างสัญญาณผ่านโหมฆาทางสื่อมวลชนเพื่อกำหนดสภาพของสินค้า : กรณี
ศึกษาเครื่องใช้ไฟฟ้าชาร์ป
โดย นางสาวจันทร์เพ็ญ โภคาชัยวัฒน์
ภาควิชา การสื่อสารมวลชน
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.พนา ทองมีอาคม



บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการ
ศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต

ดร.ถาวร วัชรากัย
.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ศาสตราจารย์ ดร.ถาวร วัชรากัย)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

ดร.ชวัญ เรือง กิติวัฒน์
.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชวัญ เรือง กิติวัฒน์)

ดร.พนา ทองมีอาคม
.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร.พนา ทองมีอาคม)

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



จันทร์เพ็ญ โภคาชัยพัฒน์ : การสร้างสัญลักษณ์ผ่านโฆษณาทางสื่อมวลชนเพื่อกำหนดสถานภาพของสินค้า : กรณีศึกษาเครื่องใช้ไฟฟ้าชาร์ป (THE SIGN CONSTRUCTION THROUGH MEDIA ADVERTISEMENT IN ORDER TO PROMOTE PRODUCT STATUS : A CASE STUDY OF SHARP ELECTRICAL APPLIANCES) อ.ที่ปรึกษา : รศ.ดร.พนา ทองมีอาคม, 139 หน้า ISBN 974-581-625-6

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเข้าใจถึงโครงสร้างของรูปแบบและเนื้อหาการสร้างสัญลักษณ์ผ่านโฆษณาทางสื่อมวลชน และเข้าใจถึงรูปแบบและเนื้อหาของสัญลักษณ์ผ่านโฆษณาทางสื่อมวลชนที่จะมีส่วนในการกำหนดภาพพจน์ของผู้บริโภคเกี่ยวกับสถานภาพของสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าชาร์ป

ขอบเขตของการศึกษาคือ ศึกษาเฉพาะชิ้นงานโฆษณาในการสร้างสัญลักษณ์ที่ผ่านสื่อมวลชนในปี พ.ศ.2534 ระยะเวลา 1 ปี ของบริษัท กรุงเทพการไฟฟ้า จำกัด และบริษัท อเมริกันเอ็นยีเนียร์ จำกัด เฉพาะสินค้าชาร์ปประเภทหม้อหุงข้าว กระจกน้ำร้อน ตู้เย็น เครื่องซักผ้า เครื่องดูดฝุ่น เตารีด เตาไมโครเวฟ

ผลการศึกษาคือ

1. โครงสร้างของรูปแบบการสร้างสัญลักษณ์ผ่านโฆษณาในทุกสื่อของสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าชาร์ปจะใช้ "รูปแบบ เน้นความเป็นครอบครัวสมัยใหม่"
2. รูปแบบและเนื้อหาการสร้างสัญลักษณ์ผ่านโฆษณาของสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าชาร์ปมี 3 ลักษณะคือ เนื้อหาเพื่อแก้ปัญหา เนื้อหาเพื่อความสนุกสนาน และเนื้อหาในเรื่องคุณภาพของสินค้า
3. นโยบายและแนวคิดของบริษัทผู้ผลิตสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าชาร์ปในการสร้างสัญลักษณ์ผ่านโฆษณา เน้นความเป็นครอบครัว ความสวยงามของสินค้า การสร้างคำที่ใช้เรียกชื่อคุณประโยชน์เฉพาะสำหรับสินค้าชาร์ป มุ่งเน้นไปที่ผู้บริโภคมีฐานะทาง เศรษฐกิจดีและนโยบายคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายจะเป็นใครในสินค้าแต่ละประเภท เพื่อสร้างงานโฆษณาให้สอดคล้องกับผู้บริโภคเป้าหมาย
4. สถานภาพของสินค้าที่ปรากฏในการสร้างสัญลักษณ์ผ่านโฆษณาของสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าชาร์ปโดยรวมแล้ว เป็นสถานภาพของสินค้าสำหรับครอบครัวที่มีฐานะดี ทันสมัย และเป็นสินค้าสำหรับครอบครัวสมัยใหม่
5. รูปแบบและเนื้อหาของสัญลักษณ์ผ่านโฆษณามีส่วนในการกำหนดภาพพจน์ของผู้บริโภค เกี่ยวกับสถานภาพของสินค้าในเรื่องความทันสมัย, คุณภาพของสินค้า, เป็นสินค้าดูสวยงามหรูหรา มีรสนิยมดี, มีลวดลายให้เลือกหลายแบบ, มีการคิดคำศัพท์ที่ใช้เรียกชื่อเฉพาะของสินค้าชาร์ป, เป็นสินค้ามีความคิดสร้างสรรค์ในการโฆษณา, เป็นสินค้ามีให้เลือกในหลายระดับราคา, การโฆษณาส่วนใหญ่เป็นครอบครัวชาร์ป และเป็นสินค้าสำหรับครอบครัวสมัยใหม่

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน
 สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน
 ปีการศึกษา 2534

ลายมือชื่อนิสิต
 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม



##C350350 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEY WORDS : SIGN/ADVERTISING/MEDIA/STATUS/ELECTRICAL APPLIANCES

CHANPEN PHOKACHAIPAT : THE SIGN CONSTRUCTION THROUGH MEDIA
ADVERTISEMENT IN ORDER TO PROMOTE PRODUCT STATUS : A CASE STUDY OF
SHARP ELECTRICAL APPLIANCES. THESIS ADVISOR : ASSO. PROF. PANA
THONGMEEARKOM, 139 PP. ISBN 974-581-625-6

The purpose of this study is to understand the patterns and content used in creating sign through media advertisement and to understand how the sign construction through media advertisement help create a positive image for Sharp Electrical Appliances.

The scope of the study covers electrical rice cookers, water heaters, refrigerators, washing machines, vacuum cleaners, irons, and microwave ovens distributed by Thai City Electric Co. and American Engineering Co. through media advertisements in 1991 (a period of one year).

The results of the study are as follows:

1. All Sharp electrical appliance sign construction through media advertisement emphasize the "Modern Family"
2. The Sharp electrical appliance advertisements are of 3 types: solving problems, having fun, and explaining product quality.
3. The company's policy is emphasizing the family, product's beauty, and specialized names for certain products purpose, and policy focus on the target group of well-to-do consumers to be able to create the advertisement that meet the target group.
4. The status of products which appear in Sharp electrical appliance sign construction through media advertisement is the product for well-to-do and modern family.
5. The pattern and content of a sign construction through media advertisement helps build the image of a product as respects its modernity, quality, beauty, and its social status, good taste, various catalogs and prices of these products, especially those advertisement, and promoting the modern family.

ภาควิชา.....การสื่อสารมวลชน.....

สาขาวิชา.....การสื่อสารมวลชน.....

ปีการศึกษา..... 2534.....

ลายมือชื่อนิสิต.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

กิตติกรรมประกาศ

ในการทวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ดร.พนา
ทองมีอาคม ผู้ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวินิจฉัย ผู้ให้คำแนะนำ คําปรึกษาในการทวิทยานิพนธ์
อย่างดียิ่ง

ขอขอบพระคุณ ประธานกรรมการและกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้แก่ ผู้ช่วย
ศาสตราจารย์ ขวัญเรือน กิติวัฒน์ รศ.ดร.ศิริชัย ศิริกายะ ผู้ให้คำแนะนำในการแก้ไขและปรับปรุง
งานวิจัยนี้ให้ดียิ่งขึ้น

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะสำเร็จไม่ได้ ถ้าขาดบุคคลทั้งหลายที่กล่าวนามมาทั้งหมด จึงขอขอบ
พระคุณอย่างสูง

จันทร์เพ็ญ โภคาชัยพัศพ์



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
- ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
- ปัญหาวิจัย.....	8
- วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	8
- ขอบเขตของการศึกษาวิจัย.....	8
- ข้อสันนิษฐาน.....	9
- ค่าจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	9
- ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10
2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	11
- แนวคิดเรื่อง "สัญญาะ".....	11
- แนวคิดเรื่อง "ภาพพจน์".....	21
- ทฤษฎีวิวัฒนาการผู้บริโภค.....	24
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	27
- แหล่งข้อมูล.....	27
- การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	31
- การวิเคราะห์ข้อมูล.....	32
- การนำเสนอข้อมูล.....	34

บทที่	หน้า
4 การสร้างสัญญาเพื่อกำหนดสภาพของสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าชาร์ป...	35
- การวิเคราะห์การสร้างสัญญาประเภทสินค้า "หม้อหุงข้าว".....	35
- การวิเคราะห์การสร้างสัญญาประเภทสินค้า "กระติกน้ำร้อน ฮอทด้าชาร์ป".....	54
- การวิเคราะห์การสร้างสัญญาประเภทสินค้า "เตารีด".....	65
- การวิเคราะห์การสร้างสัญญาประเภทสินค้า "เครื่องดูดฝุ่น".....	69
- การวิเคราะห์การสร้างสัญญาประเภทสินค้า "เตาไมโครเวฟ".....	72
- การวิเคราะห์การสร้างสัญญาประเภทสินค้า "เครื่องซักผ้า".....	81
- การวิเคราะห์การสร้างสัญญาประเภทสินค้า "ตู้เย็น".....	102
- การวิเคราะห์การสร้างสัญญาประเภทสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าชาร์ป โดยรวม.....	111
5 บทสรุปและเสนอแนะ.....	125
รายการอ้างอิง.....	138
ประวัติผู้เขียน.....	139