

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

ชูเกียรติ ประมุขผล. หลักการประกันชีวิต. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2520.

เบื้องหลังหนังโฆษณา. สยามธุรกิจ. (23 กรกฎาคม - 3 สิงหาคม 2539) : 81-84.

ประกันชีวิตไทย,สมาคม. รายงานสถิติธุรกิจประกันชีวิตปี 2538. 2540.

ประกันชีวิตศรีอยุธยา จาร์ดีน ซีเอ็มจี จำกัด (มหาชน),บริษัท. รายงานประจำปี 2539. 2539.

ปัญญาวาสน์ [นามปากกา]. ธุรกิจความเสี่ยงเปิดงบสร้างภูมิคุ้มกัน. คู่แข่งรายปักษ์. ปีที่ 16 ฉบับที่ 216 (สิงหาคม) : 148-150, 2539.

พรทิพย์ วรกิจโภคาท. ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533.

พุทธชาติ มุกดาประกร. การวิเคราะห์กลยุทธ์การโฆษณาทางโทรทัศน์ของบริษัทน้ำมันรายใหญ่ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

ธีรภัทร์ มกรพันธ์. โฆษณาแบบไม่เสียเงิน. กรุงเทพฯ : เมน แมนเนจ, 2539.

นริศา ชะมูนี และอุรสา ชวัณยูอิน. On the top manage-image marketing. นิตยสารคู่แข่ง. ปีที่ 17 ฉบับที่ 223 (ธันวาคม 2539) : 81-84, 2539.

วุฒิชชาติ สุนทรสมัย. ปัจจัยทางการสื่อสารการตลาดระหว่างบุคคลของตัวแทนประกันชีวิตที่มีผลในการโน้มน้าวใจให้มีการประกันชีวิต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

สุธรรม พงศ์สำราญ , ฝั่งใจ ฝั่งพานิช และวิรัช ณ สงขลา. หลักการประกันชีวิต. กรุงเทพฯ :
ไทยวัฒนาพานิช, 2521.

สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์. เอกสารการสอนชุดวิชา 16425 ธุรกิจการโฆษณา. พิมพ์ครั้งที่ 2 นนทบุรี :
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2531.

ศรีสุกิจ อำนางวรประเสริฐ. การศึกษาคำคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อ
การตัดสินใจทำประกันชีวิต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2530.

ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ. ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ :
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ : Diamond in Business
World, 2540.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ , ปริ ญ ลักษิตานนท์และศุภร เสรีรัตน์. การบริหารการตลาดยุคใหม่. พัฒนา
ศึกษา, 2534.

สัมภาษณ์

เฉลิม วัชรถานนท์. กรรมการผู้จัดการ บริษัทชีวิตี แอดเวอร์ไทซิงจำกัด. สัมภาษณ์, 8 มกราคม
2541.

ดวงเดือน พิทยศิริ. ผู้จัดการส่วนสารสนเทศ ศูนย์ประชาสัมพันธ์ บริษัทไทยประกันชีวิตจำกัด.
สัมภาษณ์, 26 พฤศจิกายน 2540.

เต็มชัย มั่นมาก. กรรมการผู้จัดการ บริษัททอวีวี แอดเวอร์ไทซิงจำกัด. สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์
2541.

พิทักษ์ อินทรทูต. Group Account Director บริษัท Euro RSCG Partnership จำกัด.
สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2541.

สมศักดิ์ ประคุณหังสิต. หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัทไทยสมุทรพาณิชย์ประกันภัยจำกัด.
สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2540.

สรพร พรสิริ. Account Executive บริษัท TBWA Next & Triplet จำกัด. สัมภาษณ์, 30 มกราคม
2541.

สิริศักดิ์ ตั้งมะโนมานะ. ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไปฝ่ายการตลาด บริษัทพยูเด็นเซียล ทีเอสไอพี จำกัด
(มหาชน). สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2541.

อังกูร ศรีกัลยานบุตร. ผู้จัดการส่วนส่งเสริมการตลาด บริษัทไทยประกันชีวิตจำกัด. สัมภาษณ์,
26 พฤศจิกายน 2540.

ภาษาอังกฤษ

Arens, William F., Bovee Courtland L. Contemporary Advertising. 5th ed. Illinois : Irwin.
1994.

Belch, George E., and Belch, Michael A. Introduction to Advertising & Promotion :
Integrated Marketing Communication Perspective. 3rd ed. Von Hoffman Press,
1995.

Boorstin, Daniel J. The Image. New York, 1973.

Boulding, Kenneth. The Image : Knowledge in Life and Society. Michigan : The
University of Michigan, 1969.

Bovee, Courtland L., Thill, John V., Dovel George P., Wood, Marian Burk. Advertising
Excellence. McGraw-Hill, 1995.

- Fiske, John. Introduction to Advertising & Promotion : An Integrated Marketing Communication. London : Routledge, 1990.
- Gregory, James R. Marketing Corporate Image : The company as your number one product. Illinois : NTC Business Books, 1991.
- Kotler, Philip. Marketing Management : Analysis , Planning , Implementation , and Control. 8th ed., Eaglewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall, 1994.
- Mohan, Manendra. Advertising Management Concept and Cases. New Delhi Tata McGraw-Hill Publishing, 1989.
- Moriarty, Sandra E. Creative Advertising : Theory and Practice. 2nd ed. New Jersey : Prentice-Hall, 1991.
- Parente, Donald., Bergh, Bruce Vandra., Barban, Arnold., and Marra, James. Advertising Campaign Strategy : A Guide to Marketing Communication Plans. Texas : Dryden Press, 1996.
- Shimp, Terence A. Advertising , Promotion , and Supplemental Aspect of Integrated Marketing Communications. 4th ed. The Dryden Press , 1997.

ภาคผนวก

แนวคำถามที่จะใช้ในการสัมภาษณ์

จะแยกเป็น 2 ส่วนด้วยกันคือแนวคำถามที่ใช้ในการถามบริษัทประกันชีวิต และคำถามที่ใช้กับบริษัทตัวแทนโฆษณา ดังนี้

คำถามสำหรับบริษัทประกันชีวิต

1. บริษัทจัดตั้งมาตั้งแต่เมื่อไร ดำเนินงานมากี่ปีแล้ว มีกี่สาขา
2. บริษัทมีแนวทางในการดำเนินธุรกิจอย่างไร มี Vision และ Mission อย่างไร
3. สภาพแวดล้อมใดบ้างที่มีผลกระทบต่อการทำงานของบริษัท และธุรกิจโดยรวม
4. คิดว่าบริษัทตนเองมีจุดได้เปรียบ และมีจุดด้อยกว่าคู่แข่งอย่างไรบ้าง
5. ถ้าหากต่อไปจะมีการเปลี่ยนเป็นการเปิดเสรีธุรกิจประกันชีวิตแล้ว ทางบริษัทมีการปรับตัวอย่างไรบ้าง
6. ให้ความสำคัญในการโฆษณามากน้อยเพียงใด วัตถุประสงค์ในการโฆษณาคืออะไร ต้องการสื่ออะไรให้กับผู้บริโภค
7. ในการทำโฆษณาทางบริษัททำเองหรือมีบริษัทตัวแทนโฆษณา ถ้ามีบริษัทตัวแทนแล้วมีการคัดเลือกบริษัทตัวแทนโฆษณาหรือไม่อย่างไร
8. ทำการโฆษณาผ่านสื่อใดบ้าง มีเหตุผลในการเลือกใช้สื่ออย่างไร ใช้งบประมาณทั้งหมดเท่าไร และแยกตามสื่อได้อย่างไรบ้าง
9. ในการกำหนดกลยุทธ์การโฆษณานั้น ทางบริษัทเป็นผู้กำหนดหรือให้เอเจนซี่กำหนด ถ้ากำหนดเองกลยุทธ์การตลาดคืออะไร
11. คิดว่าข้อดี - ข้อเสียของกลยุทธ์การโฆษณาในปี 2539 นั้นคืออะไร และมีข้อเสนอแนะอย่างไรบ้าง

คำถามสำหรับบริษัทตัวแทนโฆษณา

1. วัตถุประสงค์ในการโฆษณานั้นใครเป็นผู้กำหนด
2. วัตถุประสงค์ของการสร้างสรรค์งานโฆษณาสำหรับบริษัทนั้นๆคืออะไร
3. Big Idea ของงานโฆษณาชิ้นนี้คืออะไร และมีการคิดมาจากไหน
4. ใช้จุดดึงดูดใจแบบไหน เหตุผลเพราะอะไร
5. ต้องการให้เกิดผลอย่างไรกับผู้บริโภค
6. ส่วนผสมของสื่อโฆษณานี้มีเกณฑ์การเลือกอย่างไร มีวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อนั้นอย่างไรบ้าง
7. มีการจัดสรรงบประมาณของแต่ละสื่ออย่างไร ใช้อะไรเป็นเกณฑ์
8. ข้อดี - ข้อเสียของงานโฆษณาที่ทำไปแล้วคืออะไร มีข้อเสนอแนะอย่างไร

ประวัติผู้เขียน

นางสาวชมพูนุท บัวเยี่ยม เกิดวันที่ 20 มิถุนายน 2518 ที่กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีจากคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สาขาวิชาการตลาดในปีการศึกษา 2538 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2539

