

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กิตติ สิริพัลลภ (2542). การสร้างคุณค่าให้ตราที่ยี่ห้อ. วารสารบริหารธุรกิจ, 81 (มกราคม - มีนาคม), 33-44.

ธิตติ บุตรรัตน์ (2541). การวัดคุณค่าของตราสินค้าในสินค้าประเภทเบียร์. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นริศรา ชะมูนี (2537). จุดไหนได้คำตอบ เจาะลึกให้ถึงใจด้วยการใช้ Brand Equity. วารสารคู่แข่ง, ธันวาคม, 58-62.

วิเชียร เกตุสิงห์ (2537). คู่มือการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร : สำนักงาน คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2535). หลักทฤษฎีตลาด. กรุงเทพมหานคร : S.M. Circuit Press.

เสรี วงษ์มณฑา (2540 ก). ครบเครื่องเรื่องการค้าและการตลาด. กรุงเทพมหานคร : Diamond in Business World.

เสรี วงษ์มณฑา (2540 ข). สื่อทางการตลาดส่วนประกอบที่ขาดไม่ได้สำหรับความสำเร็จ. กรุงเทพมหานคร : Diamond in Business World.

ภาษาอังกฤษ

Aaker, D. A. (1991). Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name. New York, NY: Free Press.

Aaker, D. A., Batra, R. & Myers, J. G. (1992). Advertising management (4th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall International.

Aaker, D. A. & Biel, A. L. (1993). Brand equity and advertising: An overview. In D. A. Aaker & A. L. Biel (Eds.), Brand equity & advertising: Advertising's role in building strong brands (pp.1-8). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Anantachart, S. (1997). Brand equity and advertising: A review and a thought for future research. Journal of Communication Arts, 15(1), 38-47.

Anantachart, S. (1999). Learning from consumer's brand equity: A marketing communications perspective. Journal of Communication Arts, 17(1), 63-81.

- Arnold, D. (1993). The handbook of brand management. London: Pitman Publishing.
- Assael, H. (1995). Consumer behavior and marketing action. Cincinnati, OH: South-Western College Publishing.
- Batra, R., Myers, J.G. & Aaker, D. A. (1996). Advertising management (5th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Blackston, M. (1992). Observations: Building brand equity by managing the brand's relationships. Journal of Advertising Research, 32(3), 79-83.
- Blackston, M. (1993). Beyond brand personality: Building brand relationships. In D. A. Aaker & A. L. Biel (Eds.), Brand equity & advertising: Advertising's role in building strong brands (pp.113-124). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Blackston, M. (1995). The qualitative dimension of brand equity. Journal of Advertising Research, 32(4), RC2-RC7.
- Churchill, G. A., Jr. (1995). Marketing research (3rd ed.). Orlando, FL: Dryden Press.
- Cobb-Walgren, C. J., Ruble, C. A., & Donthu, N. (1995). Brand equity, brand preference, and purchase intent. Journal of Advertising, 24(3), 25-40.
- Crimmins, J. C. (1992). Better measurement and management of brand value. Journal of Advertising Research, 32(4), 11-19.
- Dyson, P., Farr, A., & Hollis, N. S. (1996). Understanding, measuring, and using brand equity. Journal of Advertising Research, 36(6), 9-12.
- Edell, J. A. & Moor, M.C. (1993). The impact and memorability of ad-induced feelings: Implication for brand equity. In D. A. Aaker & A. L. Biel (Eds.), Brand equity & advertising: Advertising's role in building strong brands (pp.195-211). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Evans, M. J., Moutinho, L. & Raaij, W. F. (1996). Applied consumer behavior. London: Addison-Wesley Publishing.
- Farquhar, P. H. (1989). Managing brand equity. Marketing Research, 1(3), 24-33.
- Feldwick, P. (1996). What is brand equity anyway, and how do you measure it?. Journal of the Marketing Research Society, 38(2), 85-104.
- Haley, R. I. (1985). Developing effective communications strategy: A benefit segmentation approach. New York, NY: John Wiley & Sons.

- Haley, R. I. & Case, P. B. (1979). Testing thirteen attitude scales for agreement and brand discrimination. Journal of Marketing, 43(4), 20-32.
- Howard, J. A. & Sheth, J. N. (1969). The theory of buyer behavior. New York, NY: John Wiley & Sons.
- Keller, K. L. (1998). Strategic brand management. building, measuring, and managing brand equity. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kotler, P. (1997). Marketing management: Analysis, planning, implementation and control (9th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Lavidge, R. & Steiner, G. A. (1961). A model for predictive measurements of advertising effectiveness. Journal of Marketing, 25, 59-62.
- Leuthsser, L. (1988). Defining, measuring, and managing brand equity: A conference summary. Cambridge, MA: Marketing Science Institute.
- Marconi, J. (1993). Beyond branding : How savvy marketers build brand equity to create products and open new markets. Chicago, IL: Probus.
- Martin, G. S. & Brown, T. J. (1991). In search of brand equity : The conceptualization and measurement of the brand impression construct. In T. L. Childers, S. B. MacKenzie, T. W. Leigh, S. Skinner, J. G. Lynch, Jr., S. Heckler, H. Gatignon, R. P. Fisk, & J. L. Graham (Eds.), 1991 AMA Winter Educator's Conference: Marketing Theory and Applications. (pp. 431-438). Chicago, IL: American Marketing Association.
- Moore, J. (1993). Building brand across markets: Cultural differences in brand relationship within the European Community. In D. A. Aaker & A. L. Biel (Eds.), Brand equity & advertising: Advertising's role in building strong brands (pp.31-49). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Nylen, D. W. (1993). Advertising: Planning, implementation, & control (4th ed.). Cincinnati, OH: South-Western Publishing.
- Oliver, R. L. & Bearden, W. O. (1985). Crossover effects in the theory of reasoned action: A moderation influence attempt. Journal of Consumer Research, 12, 324-340.
- Park, C. S. & Srinivasan, V. (1994). A survey-based method for measuring and understanding brand equity and its extendibility. Journal of Marketing Research, 31, 271-288.

- Perreault, W. D. & Laurence, E. L. (1989). Reliability of nominal data based on qualitative judgements. Journal of Marketing Research, 26(5), 135-148.
- Pride, W. M. & Ferrel, O. C. (1985). Marketing: Basic concepts and decision (4th ed.). Dallas: Houghton Mifflin.
- Randall, G. (1997). Branding. London: Kogan Page Ltd.
- Ratchford, B. T. (1987). New insights about the FCB grid. Journal of Advertising Research, 27(4), 24-38.
- Ray, M. L. (1982). Advertising and communication management. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall International.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L.L. (1994). Consumer behavior (5th ed.). Englewood, NJ: Prentice-Hall International.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L.L. (1997). Consumer behavior (6th ed.). Englewood, NJ: Prentice-Hall International.
- Schultz, D. E. & Barnes, B.E. (1995). Strategic advertising campaigns (4th ed.). Lincolnwood, IL: NTC Business Books.
- Vaughn, R. (1986). How advertising works: A planning model revisited. Journal of Advertising Research, 26(1), 57-66.



ภาคผนวก ก.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

8. คุณรู้จักกาแฟสำเร็จรูปยี่ห้อต่อไปนี้หรือไม่

- | | | |
|------------|---------------|------------------|
| 1. เนสกาแฟ | () 1. รู้จัก | () 2. ไม่รู้จัก |
| 2. มอคโคนา | () 1. รู้จัก | () 2. ไม่รู้จัก |
| 3. เขาช่อง | () 1. รู้จัก | () 2. ไม่รู้จัก |

9. ในช่วงระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา คุณเคยเห็นโฆษณากาแฟสำเร็จรูปยี่ห้อต่อไปนี้หรือไม่

- | | | |
|------------|----------------|-------------------|
| 1. เนสกาแฟ | () 1. เคยเห็น | () 2. ไม่เคยเห็น |
| 2. มอคโคนา | () 1. เคยเห็น | () 2. ไม่เคยเห็น |
| 3. เขาช่อง | () 1. เคยเห็น | () 2. ไม่เคยเห็น |

10. เมื่อพูดถึงกาแฟสำเร็จรูปยี่ห้อต่อไปนี้ คุณจะนึกถึงอะไร (จากสิ่งที่คุณเคยเห็น เคยได้ยิน หรือมีความรู้สึกเกี่ยวกับสินค้า หรือโฆษณา เป็นคำพูด ความคิดเห็น สัญลักษณ์ ฯลฯ)

ตัวอย่าง เมื่อพูดถึง แมคโดนัลด์ คุณจะนึกถึง แฮมเบอร์เกอร์ ตัวอักษร M ความสนุกสนาน

เมื่อพูดถึง เคเอฟซี คุณจะนึกถึง ไก่ทอด คนแก่ ส้มตำ ความฉ่ำ

- | |
|---|
| 1. เมื่อพูดถึง <u>เนสกาแฟ</u> คุณจะนึกถึง _____ |
| 2. เมื่อพูดถึง <u>มอคโคนา</u> คุณจะนึกถึง _____ |
| 3. เมื่อพูดถึง <u>เขาช่อง</u> คุณจะนึกถึง _____ |

กรุณาทำเครื่องหมาย รอบตัวเลขที่มีระดับคะแนนตามความเห็นของคุณ

11. คุณมีความรู้สึกคุ้นเคยกับกาแฟสำเร็จรูปยี่ห้อต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

	ไม่คุ้นเคยเลย			คุ้นเคยเป็นอย่างมาก	
1. เนสกาแฟ	1	2	3	4	5
2. มอคโคนา	1	2	3	4	5
3. เขาช่อง	1	2	3	4	5

12. คุณมีความเห็นว่ากาแฟสำเร็จรูปยี่ห้อต่อไปนี้มีคุณภาพมากน้อยเพียงใด

	คุณภาพต่ำ			คุณภาพสูง	
1. เนสกาแฟ	1	2	3	4	5
2. มอคโคนา	1	2	3	4	5
3. เขาช่อง	1	2	3	4	5

13. คุณมีความรู้สึกยอมรับในกาแฟสำเร็จรูปยี่ห้อต่อไปนี้ได้มากน้อยเพียงใด

	ยอมรับไม่ได้เลย			ยอมรับได้เป็นอย่างดี		
1. เนสกาแฟ	1	2	3	4	5	
2. มอคโคนา	1	2	3	4	5	
3. เซาซอง	1	2	3	4	5	

14. หากคุณจะซื้อกาแฟสำเร็จรูปในครั้งต่อไป คุณมีโอกาที่จะเลือกซื้อกาแฟสำเร็จรูปยี่ห้อต่อไปนี้
มากน้อยเพียงใด

	ไม่ซื้ออย่างแน่นอน			ซื้ออย่างแน่นอน		
1. เนสกาแฟ	1	2	3	4	5	
2. มอคโคนา	1	2	3	4	5	
3. เซาซอง	1	2	3	4	5	

15. หากมีคะแนนอยู่ทั้งหมด 10 คะแนน โปรดให้คะแนนกาแฟสำเร็จรูปทั้ง 3 ยี่ห้อต่อไปนี้ตาม
ความรู้สึกชอบในแต่ละยี่ห้อ โดยให้คะแนนที่สูงกว่าสำหรับยี่ห้อที่ชอบมากกว่า (คะแนนที่ให้กับทั้ง
3 ยี่ห้อ เมื่อนำมารวมกันจะได้เท่ากับ 10 คะแนน)

1. เนสกาแฟ ให้คะแนน _____ คะแนน

2. มอคโคนา ให้คะแนน _____ คะแนน

3. เซาซอง ให้คะแนน _____ คะแนน

รวม _____ 10 _____ คะแนน

16. คุณมีความรู้สึกอย่างไรเกี่ยวกับกาแฟสำเร็จรูปยี่ห้อต่อไปนี้

	รู้สึกแย่มาก			รู้สึกพอใจมาก		
1. เนสกาแฟ	1	2	3	4	5	
2. มอคโคนา	1	2	3	4	5	
3. เซาซอง	1	2	3	4	5	

ส่วนที่ 3 ทักษะคิดและความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล

17. เมื่อพูดถึงสินค้าประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคล คุณจะนึกถึงรถยนต์ยี่ห้อใดบ้าง โปรดตอบมา 3
ยี่ห้อ

1. _____ 2. _____ 3. _____

18. คุณรู้จักรถยนต์ยี่ห้อต่อไปนี้หรือไม่

- | | | |
|------------|---------------|------------------|
| 1. โตโยต้า | () 1. รู้จัก | () 2. ไม่รู้จัก |
| 2. ฮอนด้า | () 1. รู้จัก | () 2. ไม่รู้จัก |
| 3. มาสด้า | () 1. รู้จัก | () 2. ไม่รู้จัก |

19. ในช่วงระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา คุณเคยเห็นโฆษณารถยนต์นั่งส่วนบุคคลยี่ห้อต่อไปนี้หรือไม่

- | | | |
|------------|----------------|-------------------|
| 1. โตโยต้า | () 1. เคยเห็น | () 2. ไม่เคยเห็น |
| 2. ฮอนด้า | () 1. เคยเห็น | () 2. ไม่เคยเห็น |
| 3. มาสด้า | () 1. เคยเห็น | () 2. ไม่เคยเห็น |

20. เมื่อพูดถึงรถยนต์ยี่ห้อต่อไปนี้ คุณจะนึกถึงอะไร (จากสิ่งที่คุณเคยเห็น เคยได้ยิน หรือมีความรู้สึกเกี่ยวกับสินค้า หรือโฆษณา เป็นคำพูด ความคิดเห็น สัญลักษณ์ ฯลฯ)

ตัวอย่าง เมื่อพูดถึง แมคโดนัลด์ คุณจะนึกถึง แฮมเบอร์เกอร์ ตัวอักษร M ความสนุกสนาน

เมื่อพูดถึง เคเอฟซี คุณจะนึกถึง ไก่ทอด คนแก่ ล้าสมัย ความฉ้อฉล

- | | |
|------------------------|-------------------|
| 1. เมื่อพูดถึง โตโยต้า | คุณจะนึกถึง _____ |
| 2. เมื่อพูดถึง ฮอนด้า | คุณจะนึกถึง _____ |
| 3. เมื่อพูดถึง มาสด้า | คุณจะนึกถึง _____ |

กรุณาทำเครื่องหมาย รอบตัวเลขที่มีระดับคะแนนตามความเห็นของคุณ

21. คุณมีความรู้สึกคุ้นเคยกับรถยนต์ยี่ห้อต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

	ไม่คุ้นเคยเลย			คุ้นเคยเป็นอย่างมาก	
1. โตโยต้า	1	2	3	4	5
2. ฮอนด้า	1	2	3	4	5
3. มาสด้า	1	2	3	4	5

22. คุณมีความเห็นว่ารถยนต์ยี่ห้อต่อไปนี้มีคุณภาพมากน้อยเพียงใด

	คุณภาพต่ำ			คุณภาพสูง	
1. โตโยต้า	1	2	3	4	5
2. ฮอนด้า	1	2	3	4	5
3. มาสด้า	1	2	3	4	5

23. คุณมีความรู้สึกยอมรับในรถยนต์ยี่ห้อต่อไปนี้ได้มากน้อยเพียงใด

	ยอมรับไม่ได้เลย			ยอมรับได้เป็นอย่างดี	
1. โตโยต้า	1	2	3	4	5
2. ฮอนด้า	1	2	3	4	5
3. มาสด้า	1	2	3	4	5

24. หากคุณจะซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในครั้งต่อไป คุณมีโอกาสดังต่อไปนี้ที่จะเลือกซื้อรถยนต์ยี่ห้อต่อไปนี้ได้มากน้อยเพียงใด

	ไม่ซื้ออย่างแน่นอน			ซื้ออย่างแน่นอน	
1. โตโยต้า	1	2	3	4	5
2. ฮอนด้า	1	2	3	4	5
3. มาสด้า	1	2	3	4	5

25. หากมีคะแนนอยู่ทั้งหมด 10 คะแนน โปรดให้คะแนนรถยนต์ทั้ง 3 ยี่ห้อต่อไปนี้ตามความรู้สึกชอบในแต่ยี่ห้อ โดยให้คะแนนที่สูงกว่าสำหรับยี่ห้อที่ชอบมากกว่า (คะแนนที่ให้กับทั้ง 3 ยี่ห้อ เมื่อนำมารวมกันจะได้เท่ากับ 10 คะแนน)

1. โตโยต้า ให้คะแนน _____ คะแนน
2. ฮอนด้า ให้คะแนน _____ คะแนน
3. มาสด้า ให้คะแนน _____ คะแนน
- รวม 10 คะแนน

26. คุณมีความรู้สึกอย่างไรเกี่ยวกับรถยนต์นั่งส่วนบุคคลยี่ห้อต่อไปนี้

	รู้สึกแย่มาก			รู้สึกพอใจมาก	
1. โตโยต้า	1	2	3	4	5
2. ฮอนด้า	1	2	3	4	5
3. มาสด้า	1	2	3	4	5

ขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม



ภาคผนวก ข.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

McCANN-ERICSSON (THAILAND) LTD.

COFFEE (10-1) ADVERTISING EXPENDITURE : 1992 - YTD.AUGUST, 1999
1992-1999 INCLUDING TV, PRESS, MAGAZINE, CINEMA, RADIO BKT AND OUTDOOR

BRANDS	1992		1993		1994		1995		1996		1997		1998		YTD. JAN-AUG '98		YTD. JAN-AUG '99	
	BAHT'000	S.O.V.	BAHT'000	S.O.V.	BAHT'000	S.O.V.	BAHT'000	S.O.V.	BAHT'000	S.O.V.	BAHT'000	S.O.V.	BAHT'000	S.O.V.	BAHT'000	S.O.V.	BAHT'000	S.O.V.
ACTUAL NESCAFE	40,553		56,427		63,714		62,280		73,423		87,670							
NESCAFE	60,301	93.6	74,475	83.7	65,631	92.3	69,330	85.7	93,602	83.3	125,950	80.5	127,957	91.4	79,845	86.9	102,003	88.4
NESCAFE/COFFEE RATE(PROMO)		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0	2,536	2.2
NESCAFE (PROMO)		0.0	140	0.2	4,223	5.9		0.0	5,266	4.7		0.0	228	0.2	162	0.2	138	0.1
TOTAL NESCAFE	60,301	93.6	74,615	83.9	69,854	98.2	69,330	85.7	98,868	88.0	125,950	80.5	128,185	91.5	80,007	87.1	104,677	90.7
KHAO CHONG	650	1.0	9	0.0	32	0.0	10,763	13.3	10,579	9.4	8,809	5.6	4,767	3.4	4,729	5.1	530	0.5
KHAO CHONG (PROMO)	324	0.5		0.0		0.0		0.0		0.0				0.0		0.0		0.0
TOTAL KHAO CHONG	954	1.5	9	0.0	32	0.0	10,763	13.3	10,579	9.4	8,809	5.6	4,767	3.4	4,729	5.1	530	0.5
NOCCONA	1,376	2.1	11,995	13.5	829	1.2	637	0.8	144	0.1	20,335	13.0	7,095	5.1	7,095	7.7	8,858	7.7
NOCCONA (PROMO)	701	1.1		0.0		0.0		0.0	2,535	2.3		0.0		0.0		0.0		0.0
TOTAL NOCCONA	2,077	3.2	11,995	13.5	829	1.2	637	0.8	2,679	2.4	20,335	13.0	7,095	5.1	7,095	7.7	8,858	7.7
SUZUKI	790	1.2	1,870	2.1	342	0.5	108	0.1	186	0.2	1,351	0.9		0.0		0.0	488	0.4
ONE-STOP COFFEE		0.0		0.0		0.0	25	0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0
TUNG WAI COFFEE	30	0.1	72	0.1	80	0.1	9	0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0
MAXWELL HOUSE	20	0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0
HANGKORNDIN		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0	13	0.0	13	0.0		0.0
ILLY COFFEE		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0	816	0.7
TASTER'S CHOICE		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0	50	0.0
		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0
		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0
		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0
		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0
OTHER	186	0.3	620	0.5		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0
TOTAL - BANT	64,408	100	88,981	100	71,137	100	80,872	100	112,312	100	156,445	100	140,060	100	91,844	100	115,419	100
% CHANGE FROM PREVIOUS YEAR			38.2		-20.1		13.7		36.9		39.3		-10.5				25.7	

COFF-190 (F4)

SOURCE : MEDIA DATA RESOURCES.

McCANN-Erickson(Thailand)
 AD COMPETITIVE SPENDING QUARTY By Detail
 January - August 1999

MEDIA : ALL MEDIA Select : SUB-BRAND

COFFEE (CONF99) 14-1 ('99)

BRAND	JANUARY	FEBRUARY	MARCH	QUARTER 1	APRIL	MAY	JUNE	QUARTER 2	JULY	AUGUST	SEPTEMBER	QUARTER 3	OCTOBER	NOVEMBER	DECEMBER	QUARTER 4	TOTAL	%
ILLY coffee	91	53	131	297	112	111	121	344	40	133		173					814	0.72
### BRAND TOTAL ###	91	53	131	297	112	111	121	344	40	133		173					814	0.72
THAI CHONG coffee		124		124			110	110	147	147		294					530	0.47
### BRAND TOTAL ###		124		124			110	110	147	147		294					530	0.47
ROCCONA coffee							6,504	6,504	2,352			2,352					9,856	7.85
### BRAND TOTAL ###							6,504	6,504	2,352			2,352					9,856	7.85
MESCAFE extra coffee	250	200	190	720	10	1,335	54	1,799	1,010	1,385		2,395					4,514	4.06
MESCAFE extra(open up)	15,146	9,464	5,629	30,191	5,280	3,970	4,751	10,017	3,719	2,675		6,394					54,592	48.34
MESCAFE red cup	7,430	6,489	4,747	18,804	4,158	4,907	4,384	13,451	3,134	4,491		7,625					39,962	35.40
MESCAFE extra(nescafe break)		254	464	722	480	504	504	1,474	420	297		717					2,935	2.60
## TOTAL ##	22,826	16,631	11,952	50,509	9,944	12,726	11,493	34,363	8,283	8,849		17,131					102,063	
MESCAFE(Cost)					130			130									130	0.12
## TOTAL ##					130			130									130	
### BRAND TOTAL ###	22,826	16,631	11,952	50,509	10,082	12,726	11,493	34,501	8,283	8,849		17,131					102,141	98.48
SUZUKI coffee							79	79		409		409					480	0.43
### BRAND TOTAL ###							79	79		409		409					480	0.43
TASTER'S CHOICE coffee										50		50					50	0.04
### BRAND TOTAL ###										50		50					50	0.04
### GRAND TOTAL ###	22,917	16,812	11,203	50,932	10,194	12,835	10,511	41,540	10,822	9,309		20,411					112,283	100.00

All rights reserved. No Portion of this data may be reproduced in any form or by any means in whole or in part without written permission of the Media Data Resources Co., Ltd.

McCANN-Erickson(Thailand)
 AD COMPETITIVE SPENDING SUMMARY By Percentage X
 January - August 1999

Color: SHI-BRAND

CW/TC (CMT199) 10-1 ('000)

BRAND	TELEVISION	RADIO	PRESS	MAGAZINE	OUTDOOR	CINEMA	TOTAL
TELT coffee			104 0.16	632 0.34			814 0.72
*** BRAND TOTAL ***			104 0.16	632 0.34			814 0.72
SHAN CHONG coffee	530 0.47						530 0.47
*** BRAND TOTAL ***	530 0.47						530 0.47
ABCOMA coffee	0,050 7.05						0,050 7.05
*** BRAND TOTAL ***	0,050 7.05						0,050 7.05
NESCAFE extra coffee	775 0.69	3,505 3.27				54 0.45	4,314 4.00
NESCAFE extra(nescafe break)			2,935 2.60				2,935 2.60
NESCAFE extra(open up)	33,014 29.25	9,151 8.11		570 0.50	9,000 7.97	2,057 2.53	54,792 49.36
NESCAFE red cup	30,624 34.21	1,330 1.19					31,954 35.40
10 TOTAL 10	72,413 64.15	14,174 12.56	2,935 2.60	570 0.50	9,000 7.97	2,911 2.50	102,003 90.36
NESCAFE(Cont)			130 0.12				130 0.12
10 TOTAL 10			130 0.12				130 0.12
*** BRAND TOTAL ***	72,413 64.15	14,174 12.56	3,073 2.72	570 0.50	9,000 7.97	2,911 2.50	102,141 90.48
SHINJI coffee		409 0.36	79 0.07				488 0.43
*** BRAND TOTAL ***		409 0.36	79 0.07				488 0.43
TASTER'S CHOICE coffee			50 0.04				50 0.04
*** BRAND TOTAL ***			50 0.04				50 0.04
*** BRAND TOTAL ***	81,061 72.07	14,583 12.92	3,206 3.00	1,202 1.06	9,000 7.97	2,911 2.50	112,063 100.00

All rights reserved. No portion of this data may be reproduced in any form or by any means in whole or in part without written permission of the Media Data Resources Co., Ltd.

ALL MEDIA COMPETITIVE EXPENDITURE

DATA TYPE: Baht 000's

Description	TOTAL	JAN99	FEB99	MAR99	APR99	MAY99	JUN99	JUL99	AUG99	SEPT	OCT99	NOV99	DEC99
NON ALCOHOLIC BEVERAGES													
COFFEE													
HONG THONG COFFEE													
TV													
NEWSPAPERS	16		8							8			
MAGAZINES													
OUTDOOR													
CINEMA													
RADIO													
HONG THONG COFFEE	16		8							8			
ILLY COFFEE													
TV													
NEWSPAPERS	864	90	74	130	88	60	159	50	96		44		73
MAGAZINES													
OUTDOOR													
CINEMA													
RADIO													
ILLY COFFEE	864	90	74	130	88	60	159	50	96		44		73
INTERNATIONAL ROAST COFFEE													
TV													
NEWSPAPERS	50												50
MAGAZINES													
OUTDOOR													
CINEMA													
RADIO													
INTERNATIONAL ROAST COFFEE	50												50
KHAO SHONG COFFEE													
TV	685		125				110	138	243	69			
NEWSPAPERS													
MAGAZINES													
OUTDOOR													
CINEMA													
RADIO	6804										2371	2247	2186
KHAO SHONG COFFEE	7489		125				110	138	243	69	2371	2247	2186
MOCCONA COFFEE													
TV	13323						6503	2423			2894	1503	
NEWSPAPERS													
MAGAZINES													
OUTDOOR													
CINEMA													
RADIO													
MOCCONA COFFEE	13323						6503	2423			2894	1503	
NESCAFE COFFEE													
TV	98747	15714	9913	7932	7116	9873	9750	4319	5959	6204	7993	6747	7228
NEWSPAPERS	10174		618	1315	1306	1192	1192	1011	698	698	752	698	698
MAGAZINES	850	45	45	85	85	80	80	85	85	85	45	85	45
OUTDOOR	6180	600	600	600	630	570	450	480	480	450	450	420	450
CINEMA	2545	1955	548				46						
RADIO	11235	3814	2915	682	97	355		1063				938	1371
NESCAFE COFFEE	129733	22128	14638	10613	9233	12069	11517	6958	7222	7436	9240	8887	9791
TASTER'S CHOICE COFFEE													
TV													
NEWSPAPERS	87									87			
MAGAZINES													
OUTDOOR													
CINEMA													
RADIO													

PASSENGER CARRIAGE (19-11) ADVERTISING EXPENDITURE : 1994 - YTD, AUGUST 1999
 1994-1999 INCLUDING TV, PRESS, MAGAZINE, CINEMA, RADIO BKK AND OUTDOOR

BRANDS	1994		1995		1996		1997		1998		1999		S.G.V.
	SANT'000	S.O.V.	SANT'000	S.O.V.	SANT'000	S.O.V.	SANT'000	S.O.V.	SANT'000	S.O.V.	SANT'000	S.O.V.	
OPEL	75,058	7.9	90,042	6.0	25,515	1.5	26,602	1.6	30,131	3.6	17,951	3.3	0.0
OPEL PROMO	1,444	0.2	12,422	0.9	6,325	0.4	1,690	0.1	4,655	0.6	2,460	0.5	0.0
OPEL PROG.		0.0	950	0.1		0.0		0.0		0.0		0.0	0.0
**TOTAL OPEL	76,502	8.1	92,414	7.0	32,340	1.9	28,292	1.7	34,786	4.2	20,411	3.8	0
SAAB	22,225	2.3	16,357	1.2	13,096	0.8	6,074	0.4	140	0.0		0.0	274
SAAB PROMO	1,700	0.2	3,549	0.3	1,082	0.1	2,442	0.1	132	0.0	132	0.0	0.0
SAAB PROG.		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0	0.0
**TOTAL SAAB	23,925	2.5	19,906	1.5	14,178	0.9	8,516	0.5	272	0.0	132	0.0	374
ALFA ROMEO		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0	2,550
ALFA ROMEO PROMO		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0	0.0
ALFA ROMEO PROG.		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0	0.0
**TOTAL ALFA ROMEO	0	0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2,550
AUDI	36,199	3.8	52,182	3.9	53,877	3.2	58,108	3.5	12,773	1.5	5,396	1.0	2,917
AUDI PROMO	851	0.1	3,778	0.3		0.0		0.0	7,933	1.0	7,051	1.3	0.0
AUDI PROG.		0.0		0.0		0.0	4,891	0.3	198	0.0	198	0.0	0.0
**TOTAL AUDI	37,050	3.9	55,960	4.2	53,877	3.2	62,999	3.8	20,904	2.5	12,645	2.3	2,917
BENZ	18,121	1.9	37,160	2.8	44,707	2.6	37,751	2.3	3,977	0.5	2,681	0.5	12,103
BENZ PROMO	4,212	0.4	525	0.0		0.0	4,198	0.3	130	0.0	130	0.0	3,206
BENZ PROG.		0.0		0.0	238	0.0	4,115	0.3		0.0		0.0	270
**TOTAL BENZ	22,333	2.4	37,685	2.8	44,945	2.6	46,064	2.8	4,107	0.5	2,811	0.5	15,579
BMW	45,965	4.9	71,280	5.4	86,445	5.1	33,069	2.0	21,248	2.6	1,484	0.3	15,192
BMW PROMO	15,253	1.6	4,125	0.3	4,809	0.3	5,336	0.3	1,769	0.2	1,492	0.3	0.0
BMW PROG.		0.0		0.0		0.0	228	0.0		0.0		0.0	4,271
**TOTAL BMW	61,218	6.5	75,405	5.7	91,254	5.4	38,633	2.4	23,017	2.8	2,976	0.5	19,463
CHRYSLER		0.0		0.0	32,754	1.9	30,457	1.9	10,718	1.3	9,679	1.8	0.0
CHRYSLER PROMO		0.0		0.0	71	0.0	321	0.0	5,960	0.7	5,361	1.0	0.0
CHRYSLER PROG.		0.0		0.0	233	0.0	20,165	1.2		0.0		0.0	0.0
CHRYSLER PROG. (PROM)		0.0		0.0		0.0	102	0.0		0.0		0.0	0.0
**TOTAL CHRYSLER	0	0.0	0	0.0	33,058	1.9	51,045	3.1	16,678	2.0	15,040	2.8	0
CITROEN	10,528	1.1	23,614	1.8	23,673	1.4	8,818	0.5		0.0		0.0	0.0
CITROEN PROMO	142	0.0	387	0.0	1,213	0.1		0.0		0.0		0.0	0.0
CITROEN PROG.		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0	0.0
**TOTAL CITROEN	10,670	1.1	24,001	1.8	24,886	1.5	8,818	0.5	0	0.0	0	0.0	0

ALL MEDIA COMPETITIVE EXPENDITURE

DATA TYPE: Baht 000's

Description	TOTAL	JAN99	FEB99	MAR99	APR99	MAY99	JUN99	JUL99	AUG99	SEP99	OCT99	NOV99	DEC99
NON ALCOHOLIC BEVERAGES													
COFFEE													
TASTER'S CHOICE COFFEE													
TASTER'S CHOICE COFFEE	87								87				
TUC ROAST COFFEE													
TV													
NEWSPAPERS													
MAGAZINES													
OUTDOOR													
CINEMA													
RADIO	84										12	72	
TUC ROAST COFFEE	84										12	72	
TUNG WHO COFFEE													
TV													
NEWSPAPERS													
MAGAZINES													
OUTDOOR													
CINEMA													
RADIO													
TUNG WHO COFFEE													
COFFEE	151647	22218	14845	10743	9321	12129	18289	9569	7648	7513	14562	12708	12100
NON ALCOHOLIC BEVERAGES	151647	22218	14845	10743	9321	12129	18289	9569	7648	7513	14562	12708	12100
Report Total	151647	22218	14845	10743	9321	12129	18289	9569	7648	7513	14562	12708	12100

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

PASSENGER CARI (47-0,49-1) ADVERTISING EXPENDITURE : 1994 - YTD.AUGUST 1999
 1994-1999 INCLUDING TV, PRESS, MAGAZINE, CINEMA, RADIO BKK AND OUTDOOR

BRANOS	1994		1995		1996		1997		1998		1999 JAN - AUG		S.O.V.	
	BANT'000	S.O.V.	BANT'000	S.O.V.	BANT'000	S.O.V.	BANT'000	S.O.V.	BANT'000	S.O.V.	BANT'000	S.O.V.		
DAEWOO	37,458	4.0	70,709	5.3	57,660	3.4	33,931	2.1	1,132	0.1	1,132	0.2	240	0.1
DAEWOO PROMG	5,247	0.6	13,505	1.0	13,190	0.8		0.0		0.0		0.0		0.0
DAEWOO PROD.		0.0		0.0		0.0	4,221	0.3		0.0		0.0		0.0
**TOTAL DAEWOO	42,705	4.5	84,214	6.3	70,850	4.2	38,152	2.3	1,132	0.1	1,132	0.2	240	0.1
DAIHATSU	1,364	0.1	6,697	0.5	933	0.1	1,259	0.1		0.0		0.0		0.0
DAIHATSU PROMG	1,858	0.2		0.0		0.0	1,061	0.1		0.0		0.0		0.0
DAIHATSU PROD.		0.0		0.0		0.0	156	0.0		0.0		0.0		0.0
**TOTAL DAIHATSU	3,252	0.3	6,697	0.5	933	0.1	2,476	0.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0
FERRARI	326	0.0		0.0	546	0.0	256	0.0	190	0.0	70	0.0		0.0
FERRARI PROMG		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0
FERRARI PROD.		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0
**TOTAL FERRARI	326	0.0	0	0.0	546	0.0	256	0.0	190	0.0	70	0.0	0	0.0
FIAT	19,801	2.1	23,013	1.7	6,965	0.4	3,886	0.2	1,632	0.2	920	0.2	305	0.1
FIAT PROMG	91	0.0	132	0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0
FIAT PROD.		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0
**TOTAL FIAT	19,892	2.1	23,145	1.7	6,965	0.4	3,886	0.2	1,632	0.2	920	0.2	305	0.1
FORD	26,779	2.8	44,764	3.4	61,855	3.6	30,892	1.9	2,683	0.3	2,683	0.5		0.0
FORD PROMG	2,030	0.2	968	0.1	3,222	0.2		0.0	8,974	1.1	8,974	1.7		0.0
FORD PROD.		0.0		0.0		0.0	23,334	1.4		0.0		0.0		0.0
**TOTAL FORD	28,809	3.0	45,732	3.4	65,077	3.8	54,226	3.3	11,657	1.4	11,657	2.2	0	0.0
HOLDEN		0.0	1,912	0.1	7,577	0.4	2,191	0.1		0.0		0.0		0.0
HOLDEN PROMG		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0
HOLDEN PROD.		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0
**TOTAL HOLDEN	0	0.0	1,912	0.1	7,577	0.4	2,191	0.1	0	0.0	0	0.0	0	0.0
HONDA	61,059	6.4	115,564	8.7	209,284	12.3	225,438	13.7	79,742	9.6	70,514	13.0	48,291	11.2
HONDA PROMG		0.0		0.0	4,397	0.3	21,905	1.3	8,775	1.1	1,257	0.2	2,771	0.6
HONDA PROD.		0.0	7,930	0.6	4,750	0.3	4,230	0.3	5,808	0.7	5,270	1.0	1,556	0.4
HONDA SPONSORSHIP		0.0		0.0		0.0		0.0	2,092	0.3	315	0.2		0.0
**TOTAL HONDA	61,059	6.4	123,494	9.3	218,431	12.9	251,573	15.3	96,417	11.6	77,856	14.4	52,618	12.2
HONDA	43,790	4.8	68,107	5.1	63,782	3.8	41,821	2.5	11,199	1.4	9,186	1.7	15,528	3.7
HONDA PROMG	3,227	0.2	4,169	0.3	21,241	1.3	4,879	0.3	18,147	2.2	12,857	2.4	4,917	1.2
HONDA PROD.		0.0	1,916	0.1	2,332	0.1	7,824	0.5	125	0.0	125	0.0	240	0.1
**TOTAL HONDA	47,017	5.0	74,094	5.6	87,355	5.1	54,524	3.3	29,471	3.6	22,170	4.1	20,935	4.9

PASSENGER CAR(12-0.49-1) ADVERTISING EXPENDITURE : 1994 - YTD.AUGUST 1999
 1994-1999 INCLUDING TV, PRESS, MAGAZINE, CINEMA, RADIO BKK AND OUTDOOR

BRANDS	1994		1995		1996		1997		1998		1999 JAN - AUG		!!		
	BAHT'000	S.O.V.	BAHT'000	S.O.V.	BAHT'000	S.O.V.	BAHT'000	S.O.V.	BAHT'000	S.O.V.	BAHT'000	S.O.V.	!!		
ISUZU		0.0		0.0	31,561	1.9	39,559	2.4	16,482	2.0	13,680	2.5	4,547	1.1	!!
ISUZU PROMO		0.0		0.0		0.0		0.0	533	0.1	533	0.1	5,443	1.3	!!
ISUZU PROG.		0.0		0.0		0.0	2,393	0.1	113	0.0	113	0.0		0.0	!!
**TOTAL ISUZU	0	0.0	0	0.0	31,561	1.9	41,952	2.6	17,128	2.1	14,326	2.6	9,990	2.3	!!
JAGUAR	4,806	0.5	3,078	0.2	2,064	0.1	455	0.0	177	0.0	70	0.0	1,162	0.3	!!
JAGUAR PROMO		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0	!!
JAGUAR PROG.		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0	!!
**TOTAL JAGUAR	4,806	0.5	3,078	0.2	2,064	0.1	455	0.0	177	0.0	70	0.0	1,162	0.3	!!
KAI		0.0	15,301	1.1	32,777	1.9		0.0		0.0		0.0		0.0	!!
KAI PROMO		0.0		0.0	3,221	0.2		0.0		0.0		0.0		0.0	!!
KAI PROG.		0.0		0.0	1,318	0.1		0.0	171	0.0	171	0.0		0.0	!!
KAI PROG.(PROM)		0.0		0.0		0.0	861	0.1	1,044	0.1	1,044	0.2		0.0	!!
**TOTAL KAI	0	0.0	15,301	1.1	37,316	2.2	861	0.1	1,215	0.1	1,215	0.2	0	0.0	!!
MAZDA	21,067	2.2	37,661	2.8	23,814	1.4	41,338	2.5	17,936	2.2	16,126	3.0	1,809	0.4	!!
MAZDA PROMO	2,304	0.2	264	0.0	8,500	0.5	1,473	0.1	618	0.1		0.0		0.0	!!
MAZDA PROG.		0.0	178	0.0	1,267	0.1	8,579	0.5		0.0		0.0		0.0	!!
MAZDA PROG.(PROM)	7,700	0.8		0.0		0.0		0.0	2,571	0.3		0.0	2,945	0.7	!!
**TOTAL MAZDA	31,071	3.3	38,103	2.9	34,181	2.0	51,390	3.1	21,125	2.5	16,126	3.0	4,754	1.1	!!
MITSUBISHI	56,920	6.0	60,265	4.5	98,389	5.8	74,544	4.5	22,483	2.7	16,652	3.1	19,296	4.5	!!
MITSUBISHI PROMO	16,139	1.7	28,624	2.2	14,795	0.9	3,495	0.2	30,305	3.7	15,387	2.8		0.0	!!
MITSUBISHI PROG.	1,942	0.2	3,236	0.2	7,274	0.4	8,336	0.5	1,130	0.1	1,130	0.2		0.0	!!
MITSUBISHI PROG.(PROM)	1,019	0.1	1,086	0.1	264	0.0	11,391	0.7	32,512	3.9	19,319	3.6	59	0.0	!!
**TOTAL MITSUBISHI	76,020	8.0	93,211	7.0	120,722	7.1	97,766	6.0	86,430	10.4	52,488	9.7	19,355	4.5	!!
NISSAN	46,062	4.9	29,423	7.5	151,091	8.9	112,590	6.9	37,850	4.6	27,292	5.0	31,097	7.2	!!
NISSAN PROMO	15,340	1.6	719	0.1	14,721	0.9	1,576	0.1	1,295	0.2	1,295	0.2	5,253	1.2	!!
NISSAN PROG.	33	0.0		0.0	840	0.0		0.0		0.0		0.0		0.0	!!
**TOTAL NISSAN	61,441	6.5	100,142	7.5	166,652	9.8	114,166	7.0	39,145	4.7	28,587	5.3	36,260	8.4	!!
PEUGEOT	17,406	1.9	23,196	1.7	13,109	1.1	21,486	1.3	8,106	1.0	4,723	0.7	8,011	1.7	!!
PEUGEOT PROMO	714	0.1	197	0.0	305	0.0	356	0.0	3,465	0.1	3,160	0.6	57	0.0	!!
PEUGEOT PROG.		0.0		0.0		0.0		0.0	243	0.0		0.0	1,361	0.3	!!
PEUGEOT PROG.(PROM)		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0	!!
**TOTAL PEUGEOT	18,320	2.0	23,393	1.8	18,494	1.1	21,842	1.3	11,814	1.4	7,823	1.4	9,429	2.2	!!

PASSENGER CAR(17-0,47-1) ADVERTISING EXPENDITURE : 1994 - YTD.AUGUST 1999
 1994-1999 INCLUDING TV, PRESS, MAGAZINE, CINEMA, RADIO BXX AND OUTDOOR

BRANDS	1994		1995		1996		1997		1998		1998 JAN - AUG		1999 JAN - AUG		!!
	BANT'000	S.O.V.	BANT'000	S.O.V.	BANT'000	S.O.V.	BANT'000	S.O.V.	BANT'000	S.O.V.	BANT'000	S.O.V.	BANT'000	S.O.V.	!!
PORSCHE	1,332	0.1	939	0.1	82	0.0	348	0.0	140	0.0	70	0.0		0.0	!!
PORSCHE PROMO		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0	!!
PORSCHE PROG.		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0	!!
**TOTAL PORSCHE	1,332	0.1	939	0.1	82	0.0	348	0.0	140	0.0	70	0.0	0	0.0	!!
ROVER	8,655	0.9	32,774	2.5	32,849	1.9	9,785	0.6	1,880	0.2	1,480	0.3	165	0.0	!!
ROVER PROMO	1,182	0.1	3,769	0.3	392	0.0		0.0		0.0		0.0	654	0.2	!!
ROVER PROG.		0.0		0.0		0.0	1,400	0.1	3,552	0.4	2,165	0.4	4,607	1.1	!!
**TOTAL ROVER	9,837	1.0	36,543	2.7	33,241	2.0	11,185	0.7	5,432	0.7	3,645	0.7	5,426	1.3	!!
RENAULT	220	0.1	28	0.0		0.0	100	0.0	45	0.0	45	0.0	120	0.0	!!
RENAULT PROMO	210	0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0	!!
RENAULT PROG.		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0	!!
**TOTAL RENAULT	1,030	0.1	28	0.0	0	0.0	100	0.0	45	0.0	45	0.0	126	0.0	!!
SEAT		0.0	869	0.1	12,390	0.7	14,161	0.9	1,087	0.1	998	0.2		0.0	!!
SEAT PROMO		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0	!!
SEAT PROG.		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0	!!
**TOTAL SEAT	0	0.0	869	0.1	12,390	0.7	14,161	0.9	1,087	0.1	998	0.2	0	0.0	!!
SUBARU	44,254	4.7	19,237	1.4	25,069	1.5	5,152	0.3	6,525	0.8	5,874	1.1		0.0	!!
SUBARU PROMO	204	0.0		0.0		0.0	990	0.1		0.0		0.0		0.0	!!
SUBARU PROG.		0.0	8,777	0.7	161	0.0		0.0	57	0.0	57	0.0		0.0	!!
SUBARU PROG.(PRGM)		0.0		0.0	552	0.0		0.0		0.0		0.0		0.0	!!
**TOTAL SUBARU	44,458	4.7	28,014	2.1	25,782	1.5	6,142	0.4	6,582	0.8	5,931	1.1	0	0.0	!!
SUZUKI/SWIFT	1,721	0.2	2,293	0.2	11,388	0.7	3,104	0.2	620	0.1	620	0.1	102	0.0	!!
SUZUKI PROMO		0.0	103	0.0	1,461	0.1	750	0.0	693	0.1	669	0.1	24	0.0	!!
SUZUKI PROG.	2,310	0.2	103	0.0	5,442	0.3	4,832	0.3	421	0.1	329	0.1	223	0.1	!!
SUZUKI PROG.(PRGM)		0.0		0.0		0.0		0.0	640	0.1	640	0.1		0.0	!!
**TOTAL SUZUKI	4,031	0.4	2,499	0.2	18,291	1.1	8,686	0.5	2,374	0.3	2,258	0.4	349	0.1	!!

PASSENGER CAR: 49-0.49-11 ADVERTISING EXPENDITURE : 1994 - TO AUGUST 1999
1994-1999 INCLUDING TV, PRESS, MAGAZINE, CINEMA, RADIO BKK AND OUTDOOR

BRANDS	1994		1995		1996		1997		1998		1999		S.O.V.	
	BANT'000	S.O.V.	BANT'000	S.O.V.	BANT'000	S.O.V.	BANT'000	S.O.V.	BANT'000	S.O.V.	BANT'000	S.O.V.		
TOYOTA	133,809	14.1	186,418	14.0	256,864	15.1	431,908	26.3	206,871	25.0	143,883	26.6	130,173	41.7
TOYOTA PROMO	20,176	2.1		0.0	6,315	0.4	54,055	3.3	30,139	3.6	24,562	4.5	541	0.1
TOYOTA PROD.	10,177	1.1	14,076	1.1	22,385	1.3	2,324	0.1	24,775	3.0	2,263	0.4	28,823	6.7
TOYOTA PROD. (PROM)	2,263	0.2	12,552	0.9	3,701	0.2	52,541	3.2	72,037	8.7	36,925	6.8	222	0.1
**TOTAL TOYOTA	166,445	17.6	213,046	16.0	289,265	17.0	540,828	33.0	333,822	40.3	207,643	38.3	209,759	48.6
VOLK SWAGEN	19,784	2.1	23,906	1.8	18,503	1.1	24,895	1.5	17,239	2.1	8,772	1.6	6,011	1.4
VOLK SWAGEN PROMO		0.0		0.0	1,462	0.1		0.0	1,412	0.2		0.0	365	0.1
VOLK SWAGEN PROD.		0.0		0.0	323	0.0		0.0		0.0		0.0		0.0
**TOTAL VOLK SWAGEN	19,784	2.1	23,906	1.8	20,288	1.2	24,895	1.5	18,651	2.3	8,772	1.6	6,376	1.5
VOLVO	62,572	6.6	79,324	6.0	83,749	4.9	49,842	3.0	37,742	4.6	22,307	4.1	10,386	2.4
VOLVO PROMO	8,122	0.9	5,967	0.4	4,205	0.2		0.0	1,545	0.2	524	0.1	2,031	0.5
VOLVO PROD.		0.0		0.0	36,854	2.2	425	0.0	3,215	0.4	524	0.1	830	0.2
VOLVO PROD. (PROM)		0.0	355	0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0
**TOTAL VOLVO	70,694	7.5	85,546	6.4	124,808	7.4	50,267	3.1	42,502	5.1	23,365	4.3	13,247	3.1
OTHER	2,097	0.2	737	0.1	9,668	0.6	3,953	0.2	855	0.1	450	0.1	140	0.0
TOTAL - BANT	946,714	100	1,331,014	100	1,697,087	100	1,640,648	100	828,787	100	541,632	100	431,898	100
% CHANGE FROM PREVIOUS YE	ERR		40.6		27.5		-3.3		-49.5				-20.3	

OPLE99(P5)(P6)

SOURCE : MEDIA DATA RESOURCES.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ALL MEDIA COMPETITIVE EXPENDITURE

DATA TYPE: Baht 000's

Description	TOTAL	JAN99	FEB99	MAR99	APR99	MAY99	JUN99	JUL99	AUG99	SEP99	OCT99	NOV99	DEC99
MOTOR VEHICLES													
MOTOR VEHICLES PASSENGER													
ALFA ROMEO PASSENGER CARS													
TV													
NEWSPAPERS	4056	204		588	282			270	348		432	300	1632
MAGAZINES	955				339			150	279	32	43		112
OUTDOOR													
CINEMA													
RADIO													
ALFA ROMEO PASSENGER CARS	5011	204		588	621			420	627	32	475	300	1744
AUDI PASSENGER CARS													
TV	94	94											
NEWSPAPERS	5399	951	1256							1813	1379		
MAGAZINES	1986	100		130	130	426	242	130	130	354	224	120	
OUTDOOR													
CINEMA													
RADIO													
AUDI PASSENGER CARS	7480	1146	1256	130	130	426	242	130	130	2167	1603	120	
BMW PASSENGER CAR													
TV													
NEWSPAPERS	14269				2315						4582	2559	4813
MAGAZINES	787	339				180					43		225
OUTDOOR	195										65	65	65
CINEMA	411												411
RADIO	5860			1253	2538		1881			138			
BMW PASSENGER CAR	21532	339		1253	4903	180	1881			138	4690	2624	5514
CHRYSLER CARS													
TV													
NEWSPAPERS													
MAGAZINES													
OUTDOOR													
CINEMA													
RADIO													
CHRYSLER CARS													
DAEWOO PASSENGER CAR													
TV													
NEWSPAPERS	450				450								
MAGAZINES	75					75							
OUTDOOR													
CINEMA													
RADIO													
DAEWOO PASSENGER CAR	525				450	75							
FORD PASSENGER CARS													
TV													
NEWSPAPERS													
MAGAZINES	189												189
OUTDOOR													
CINEMA													
RADIO													
FORD PASSENGER CARS	189												189
HONDA PASSENGER CARS													
TV	10602						8624	510		400	490	458	120
NEWSPAPERS	38058	2726	10573	4893	1302		5912	1008	2967	2635	6041		
MAGAZINES	2709	221	560	775	32	80	749	32			240	40	
OUTDOOR	1031	127	127	127	65	65	65	130	130	130			65
CINEMA	890					37	570	289					
RADIO	10890		5153	1351			1587	640	585	1050	471	54	

ALL MEDIA COMPETITIVE EXPENDITURE

DATA TYPE: Baht 000's

Description	TOTAL	JAN99	FEB99	MAR99	APR99	MAY99	JUN99	JUL99	AUG99	SEP99	OCT99	NOV99	DEC99
MOTOR VEHICLES													
MOTOR VEHICLES PASSENGER													
HONDA PASSENGER CARS													
HONDA PASSENGER CARS	64186	3074	16413	7146	1399	162	17508	2609	3682	4215	7242	552	185
HYUNDAI PASSENGER CAR													
TV	15293	700	1500	1500		1530	1620	1680	1588	1650	1650	300	1575
NEWSPAPERS	17999	1896	3144	1674		1745	1824	1146	1260	1572	1128	1032	1575
MAGAZINES													
OUTDOOR													
CINEMA													
RADIO													
HYUNDAI PASSENGER CAR	33292	2596	4694	3174		3275	3444	2826	2848	3222	2778	1332	3153
ISUZU PASSENGER CARS													
TV	11220	1817	1271	912	1479	1239	1288	961	961	1292			
NEWSPAPERS	463	25	349		80	80	80	80	80	80	80	80	80
MAGAZINES	720												
OUTDOOR													
CINEMA													
RADIO	223			223									
ISUZU PASSENGER CARS	12626	1842	1620	1135	1559	1408	1368	1041	1041	1372	80	80	80
JAGUAR PASSENGER CARS													
TV	706			706									
NEWSPAPERS	1821					236	89	101	301	351	226	340	177
MAGAZINES													
OUTDOOR													
CINEMA													
RADIO													
JAGUAR PASSENGER CARS	2527			706		236	89	101	301	351	226	340	177
LEXUS PASSENGER CAR													
TV	135	60										75	
NEWSPAPERS	1097											52	1045
MAGAZINES													
OUTDOOR													
CINEMA													
RADIO	705												705
LEXUS PASSENGER CAR	1917	60										127	1750
MAZDA PASSENGER CAR													
TV	2058		1410	618									
NEWSPAPERS	48				48				14	14	14		
MAGAZINES	42												
OUTDOOR													
CINEMA													
RADIO													
MAZDA PASSENGER CARS	2148		1410	648	48				14	14	14		
MERCEDES BENZ PASSENGER CAR													
TV	3362			3362									
NEWSPAPERS	16625			6455	336	149	198				1998	5869	1620
MAGAZINES	3000	272	124	118	100	422					112	910	942
OUTDOOR													
CINEMA													
RADIO	1680											1680	
MERCEDES BENZ PASSENGER CAR	24667	272	124	9914	436	571	198				2110	8459	2562
MITSUBISHI PASSENGER CAR													
TV	14483	1880	83							6430	3551	1562	978
NEWSPAPERS	34900	1774			2238	1770	1933	1543		7994	6227	5925	5497
MAGAZINES	1642	111		42	110	86		96		88	692	275	142
OUTDOOR	2586	247	247	247	205	205	205	205	205	205	205	205	205

ALL MEDIA COMPETITIVE EXPENDITURE

DATA TYPE: Baht 000's

Description	TOTAL	JAN99	FEB99	MAR99	APR99	MAY99	JUN99	JUL99	AUG99	SEP99	OCT99	NOV99	DEC99
MOTOR VEHICLES													
MOTOR VEHICLES PASSENGER													
SUZUKI PASSENGER CAR													
MAGAZINES													
OUTDOOR													
CINEMA													
RADIO													
SUZUKI PASSENGER CAR	333	169	22			106	36						
TOYOTA PASSENGER CARS													
TV	122399	5257	12835	7693	6999	7309	83	11809	19336	10636	22569	11654	6220
NEWSPAPERS	103708	5906	11452	6110	4866	5601	6236	11802	14246	14322	14296	3744	5127
MAGAZINES	9550	719	573	1125	619	1234	927	659	1017	864	477	743	593
OUTDOOR													
CINEMA	595								255	340			
RADIO	31410	2352	3056	2877	2925	3314	1870	2221	3249	2753	2990	2066	1740
TOYOTA PASSENGER CARS	267663	14234	27915	17805	15409	17458	9115	26491	38103	28915	40332	18206	13679
VOLK SWAGEN PASSENGER CAR													
TV												1032	1052
NEWSPAPERS	7842			4112	1646							55	
MAGAZINES	1685				170	336	340	114	218	364	88		
OUTDOOR													
CINEMA													
RADIO	392			194	198								
VOLK SWAGEN PASSENGER CAR	9918			4305	2014	336	340	114	218	364	88	1087	1052
VOLVO PASSENGER CAR													
TV	10998									803	75	3759	6366
NEWSPAPERS	17862	1958	2166						1904			6747	5087
MAGAZINES	997	95				92				307	101	95	307
OUTDOOR	1785	195	195	195	150	150	150	150	150	150	100	100	100
CINEMA													
RADIO	1659						14		144	422			1079
VOLVO PASSENGER CAR	33301	2248	2361	195	150	242	164	150	2198	1681	276	10697	12939
MOTOR VEHICLES PASSENGER	642753	35182	60260	55858	38346	34503	43379	42152	53159	67481	85881	66938	59614
MOTOR VEHICLES	642753	35182	60260	55858	38346	34503	43379	42152	53159	67481	85881	66938	59614
Report Total	642753	35182	60260	55858	38346	34503	43379	42152	53159	67481	85881	66938	59614

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียน

นางสาวนันทนา บริพันธ์านนท์ สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีวารสารศาสตร์บัณฑิต (เกียรตินิยมอันดับสอง) สาขาวิชาการโฆษณา คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในปีการศึกษา 2540 และได้เข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปีการศึกษา 2541 สำเร็จการศึกษาในปีการศึกษา 2542



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย