

กลยุทธ์ในการสื่อสารงานโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์บนทางด่วน

นางสาว นัตตา เนตรรัตน์



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยราชภัฏบรพา

สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย


ปีการศึกษา 2539

ISBN 974-636-666-1

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

I17318099

ADVERTISING STRATEGIES AS REFLECTED IN THE BILL BOARD
ON THE EXPRESS WAY



Miss Nadra Netrattana

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts in Mass Communication

Department of Mass Communication

Graduate School

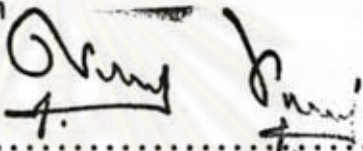
Chulalongkorn University

Academic Year 1996

ISBN 974-636-666-1

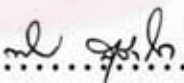
หัวข้อวิทยานิพนธ์ กลยุทธ์ในการสื่อสารงานโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์บนทางด่วน
โดย นางสาว นัตตา เนตรรัตน์
ภาควิชา การสื่อสารมวลชน
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.นันทวัน สุชาโต


บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต


..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ศาสตราจารย์ นายแพทย์ศุภวัฒน์ ชูติวงศ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชัยยู เรือน กิติวัฒน์)


..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร.นันทวัน สุชาโต)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุตานา วงษ์กะพันธ์)

พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว

นิตดา เนตรวิคนะ: กลยุทธ์ในการสื่อสารงานโฆษณาผ่านสื่อบิลบอร์ดบนทางด่วน
(ADVERTISING STRATEGIES AS REFLECTED IN THE BILL BOARD ON THE EXPRESS WAY) อ.ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร.นันทวัน สุชาติ, 199 หน้า.
ISBN 974-636-666-1.

การวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์ในการสื่อสารงานโฆษณาผ่านสื่อบิลบอร์ดบนทางด่วน 2) เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนองานโฆษณาผ่านสื่อบิลบอร์ดที่ปรากฏอยู่ในช่วงปี 2539 ทั้งนี้ โดยการสำรวจเก็บรวบรวมชิ้นงานโฆษณาจำนวนทั้งสิ้น 174 ชิ้น และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับบุคคลในบริษัทตัวแทนโฆษณา โดยมีแนวคิดหลักในเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารงานโฆษณาผ่านสื่อบิลบอร์ด มาเป็นแนวการวิเคราะห์

ผลการศึกษา พบว่า งบประมาณในการโฆษณา เป็นปัจจัยที่สำคัญเหนือปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจนำสื่อบิลบอร์ดไปใช้เพื่อเป้าประสงค์ต่าง ๆ และพบว่ามีสินค้าหลากหลายประเภทที่สื่อสารเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคเป้าหมายหลายกลุ่ม นอกจากนี้ พบว่า สินค้าประเภทธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จะมีปรากฏอยู่เป็นจำนวนมากกว่าสินค้าประเภทอื่น ๆ และกลยุทธ์การนำเสนอด้วยรูปแบบข้อความเป็นหลัก จะนำมาใช้มากกว่าการนำเสนอด้วยภาพ โดยสรุปแล้ว พบว่า ปัญหาการจราจรได้กลายเป็นปัจจัยหลักสำคัญที่เอื้อต่อความนิยมในการนำสื่อบิลบอร์ดมาใช้โฆษณา ดังที่ได้ปรากฏตามรูปแบบการนำเสนอดังกล่าว

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน
สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน
ปีการศึกษา 2539

ลายมือชื่อนิตดา นิตดา เนตรวิคนะ
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

#C850625 : MAJOR MASS COMMUNICATION
KEY WORD: BILL BOARD / COMMUNICATION STRATEGIES

NADDA NETRATTANA : ADVERTISING STRATEGIES AS REFLECTED IN THE BILL BOARD ON THE EXPRESS WAY. THESIS ADVISOR : ASSOC.PROF.NANTHAWAN SUCHATO, Ph.d. 199 pp. ISBN 974-636-666-1.

The purposes of this research were (1) to study communication strategies in the bill board Advertising located on the Express Way;(2) to analyze the main characteristics of content and format presentation as appeared in the bill boards during January-December of 1996. Survey of 174 Bill Board Advertisements along with in-depth interviews of ad agencies were undertaken within a conceptual framework of the communication strategy approach.

Results indicated that an advertising budget was a dominant factor determining the objectives of advertising on the bill boards. There was a diversification of product categories approaching various classes of prospects. Advertising of real estate products was found to be predominant among others. Their presentation strategies were an emphasis on more verbal than visual messages. To conclude, traffic problem was found as the main factor to facilitate the popularity of the bill board advertising as the way they are.

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน

ลายมือชื่อนิสิต นิดดา เนตรรัตนะ

สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา น. น. น.

ปีการศึกษา 2539

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงไปได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร.นันทวัน สุชาโต อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้สละเวลาให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ ในการวิจัยมาโดยตลอด รวมทั้งผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวัฒนา วงษ์กระหันทน์ กรรมการ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ขวัญเรือน กิติวัฒน์ ประธานกรรมการ ที่ท่านได้ให้ความเมตตาแก่ลูกศิษย์ ให้คำแนะนำและช่วยเหลือมาด้วยดี

ท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา-มารดา ผู้ให้โอกาสทางการศึกษาแก่ลูก ขอขอบคุณคนที่กำลังจะมาเป็นคู่ชีวิตที่ต้องเหน็ดเหนื่อยกับการขับรถขึ้น-ลงทางด่วนตลอด 2 ปีที่ผ่านมา และเพื่อน ๆ ทุกคนที่เหงาให้กำลังใจมาเสมอ ขอขอบคุณความเอื้ออารีจากผู้ที่กรุณาให้สัมภาษณ์ทุกท่าน จนวันนี้ วิทยานิพนธ์ได้เสร็จสมบูรณ์ ซึ่งสิ่งที่ได้รับ นอกจากความรู้ในสิ่งที่ได้อยากเรียนรู้แล้ว ความอดทน ความเข้มแข็ง เป็นคุณค่าที่ได้เรียนรู้เหนืออื่นใด

นัตตา เนตรรัตน์

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ฉ
สารบัญแผนภูมิ	ฉ
บทที่	
1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	13
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	13
1.4 ข้อยกเว้น	13
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	13
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	14
2 แนวคิด ทฤษฎี	15
2.1 แนวคิดเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารงานโฆษณา	15
2.2 แนวคิดในการออกแบบสารโฆษณาผ่านสื่ออินเตอร์เน็ต	31
2.3 แนวคิดและวิธีการเชิงกลยุทธ์	40
3 ระเบียบวิธีวิจัย	43
3.1 แหล่งข้อมูล	43
3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล	45
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	46
3.4 การนำเสนอข้อมูล	48

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	49
การศึกษากลยุทธ์ในการสื่อสารงานโฆษณาผ่านสื่ออินเตอร์ด	49
5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	85
การวิเคราะห์เนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ	85
5.1 เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอของสินค้าธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	88
5.2 เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอของสินค้าประเภทเครื่องดื่ม	116
5.3 เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอของสินค้าประเภทบริการ	126
5.4 เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอของสินค้าประเภทรถยนต์	132
5.5 เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอของโฆษณาหาเสียงพรรคการเมือง	143
6 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	152
6.1 บทสรุป	152
6.2 ข้อจำกัดในการวิจัย	169
6.3 ข้อเสนอแนะ	170
รายการอ้างอิง	171
ภาคผนวก	175
ภาคผนวก ก แผนที่แสดงจุดติดตั้งป้ายโฆษณาบนทางด่วนชั้นที่ 1	176
ภาคผนวก ข บทสัมภาษณ์ผู้วางแผนสื่อ และผู้สร้างสรรค์งานโฆษณา	177
ประวัติผู้วิจัย	199

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. แสดงรูปที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจสื่ออิเล็กทรอนิกส์	9
2. แสดงจำนวนและปริมาณร้อยละ ของสินค้าและบริการที่โฆษณาผ่าน สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ตั้งอยู่สองข้างทางด่านชั้นที่ 1 ในปี 2539	90
3. แสดงการใช้โฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ในช่วงทศวรรษ 2539	92
4. แสดงลักษณะสิ่งจริงใจที่ใช้ในการสื่อความหมายในการวางแนวคิดเกี่ยวกับตัว สินค้าในงานโฆษณาสินค้าประเภทธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	112
5. แสดงลักษณะสิ่งจริงใจที่ใช้ในการสื่อความหมายในการวางแนวคิดเกี่ยวกับตัว สินค้าในงานโฆษณาสินค้าประเภทเครื่องดื่ม	124
6. แสดงลักษณะสิ่งจริงใจที่ใช้ในการสื่อความหมายในการวางแนวคิดเกี่ยวกับตัว สินค้าในงานโฆษณาสินค้าประเภทธุรกิจบริการข่าวสารและบริการอื่น ๆ ..	130
7. แสดงลักษณะสิ่งจริงใจที่ใช้ในการสื่อความหมายในการวางแนวคิดเกี่ยวกับตัว สินค้าในงานโฆษณาสินค้าประเภทรถยนต์ และส่วนประกอบรถยนต์	140

สารบัญภาพ

รูปที่	หน้า
1. บ้านเสวี มาร์ควิว	91
2. บ้านอิงลดา	92
3. บ้านวราภรณ์	93
4. บ้านภานดา	93
5. บ้านสาริน ชิตี	95
6. บ้านลดาวลย์ เลคโคโลเนียด	96
7. บ้านเอเวอร์ภรณ์ ชิตี มิเรนซี	98
8. บ้านรังษิษา	99
9. อาคารชุดพักอาศัยพีเอสที คอนโดวิลล์	101
10. อาคารชุดพักอาศัยวราสุภา	102
11. อาคารชุดพักอาศัยหลังสวน คอเลาะเนต	103
12. อาคารชุดพักอาศัยโอเรียนเต็ล สวีท	103
13. อาคารชุดพักอาศัยเอสวีชิตี	104
14. อาคารชุดพักอาศัยโนเบิลเฮาส์	105
15. อาคารชุดพักอาศัยนิมเคอร์เนียม ทาวเวอร์	105
16. บ้านแกรนด์ลาซาลทาวน์โฮม	106
17. บ้านสินทรัพย์นคร	107
18. บ้านมหาชัยเมืองใหม่	107
19. บ้านสุครินทร์	108
20. บ้านวารางกุล	108
21. ส่วนอุตสาหกรรมเน็ตเวอร์ค	109

รูปที่

หน้า

22.	นิคมอุตสาหกรรมเอสเอสพี อินดัสเตรียล	110
23.	สุธาวิมินแพคตอรี	110
24.	ศูนย์อุตสาหกรรมประชายุทิศ	111
25.	เครื่องพิมพ์พลังงาน กระดาษแดง	117
26.	เครื่องพิมพ์ผสมแอลกอฮอล์ เบ็คส์	118
27.	เครื่องพิมพ์ผสมแอลกอฮอล์ จอห์นนี่ วอล์คเกอร์ แบลคเลเบิ้ล	119
28.	เครื่องพิมพ์ผสมแอลกอฮอล์ แบลคแคท	120
29.	เครื่องพิมพ์ผสมแอลกอฮอล์ มาสเตอร์เบลนด์	120
30.	เครื่องพิมพ์พลังงาน เอ็ม 100 เอ็ม 150	121
31.	เครื่องพิมพ์น้ำอัดลม เซเว่นอัพ	122
32.	เครื่องพิมพ์น้ำอัดลม โคคาโคลา	122
33.	กาแฟกระป๋องสำเร็จรูป ควิคโค	123
34.	หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์	126
35.	สถานีวิทยุ 97 FM.	127
36.	ซูทิวี ซีวีเอส	127
37.	สายการบินนอร์ธเวสต์ แอร์ไลน์	128
38.	สายการบินคาเธ่ย์แปซิฟิก	129
39.	บัตรเครดิตมาสเตอร์การ์ด	129
40.	รถยนต์ฮาย	134
41.	รถยนต์วอลโว่	134
42.	รถยนต์โคสเลอร์ จี๊ป เชอโรกกี	135
43.	รถยนต์โอเปิล	135
44.	รถยนต์นิตซูบิช แลนด์เชอร์	136
45.	รถยนต์นิสสัน เซมิโระ	137

รูปที่

หน้า

46.	รถยนต์โตโยต้า คัมรี่	137
47.	รถยนต์มาสด้า	138
48.	รถยนต์ฮุนได	138
49.	รถยนต์แดวู เอสแปอโร	139
50.	ขางรถยนต์นิชชิน	139
51.	แบตเตอรี่รถยนต์ยี่ห้อเอส	140
52.	พรรคชาติพัฒนา	148
53.	พรรคพลังธรรม	148
54.	พรรคประชาธิปัตย์	148
55.	พรรคมาลชน	149
56.	พรรคประชากรไทย	150

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่

หน้า

- 1. แสดงลักษณะส่วนประกอบในการสร้งสร้งงานโฆษณาผ่านสื่ออินเตอร์ด 32



ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทาลัย