

การนำเสนอแนวคิด เรื่องการให้บริการของสายการบินต่าง ๆ ผ่านสื่อมวลชน

ปี พ.ศ. 2536

นางสาวคมเนตร เสวตาลัย



ศูนย์วิทยทรัพยากร

วิทยานิพนธ์นี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาการสื่อสารมวลชน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย


บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2539

ISBN 974-631-992-2

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

AN AIRLINES PUBLICITY OF "SERVICE CONCEPTS"
THROUGH MASS MEDIA IN 1993



Miss Komnate Sewatasai

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts
Department of Mass Communication

Graduated School
Chulalongkorn University

1996

ISBN 974-631-992-2

คมเนตร เสวตาศัย : การนำเสนอแนวคิดเรื่องการให้บริการของสายการบินต่างๆ ผ่าน
สื่อมวลชน ปี พ.ศ.2536 (AN AIRLINES PUBLICITY OF "SERVICE CONCEPTS"
THROUGH MASS MEDIA IN 1993) อ.ที่ปรึกษา รศ.ดร.ศิริชัย สิริภายะ, 163 หน้า.
ISBN 974-631-992-2

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาแนวคิดเรื่องการบริการและวิธีการนำเสนอแนวคิดเรื่อง
การบริการของสายการบินต่างๆ ผ่านสื่อมวลชนในปี พ.ศ.2536 วิจัยศึกษาใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัยพบว่า สายการบินต่างๆ ใช้แนวคิดเรื่องการบริการในงานโฆษณา 10 แนวคิด คือ
1. บริการเส้นทางบินหลากหลาย 2. บริการความถี่ของเที่ยวบิน 3. บริการดูแลต้อนรับของผู้ให้บริการ
4. บริการอาหารและเครื่องดื่ม 5. บริการสิทธิพิเศษ 6. บริการความสะดวกสบายของที่นั่งโดยสาร
7. บริการความทันสมัยของเครื่องบิน 8. บริการข้อมูลท่องเที่ยว 9. บริการเทคโนโลยีทางการค้า
การสื่อสาร และ 10. บริการความบันเทิง ซึ่งมีการนำเสนอแนวคิดในลักษณะที่เป็นพลวัต คือ ไม่มีรูปแบบ
ตายตัว โดยปรากฏวิธีการใช้สัญลักษณ์เพื่อสร้างความหมาย และสื่อความออกมาในรูปของความหมายตรงและ
ความหมายนัยประวัติ และมีการใช้แนวคิดเรื่องความคาดหวังทางการบริการและการส่งเสริมการขาย
ประกอบการนำเสนอด้วย

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชา.....การสื่อสารมวลชน.....
สาขาวิชา.....การสื่อสารมวลชน.....
ปีการศึกษา.....2538.....

ลายมือชื่อนิติต.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

C550412 : MAJOR MASS COMMUNICATION

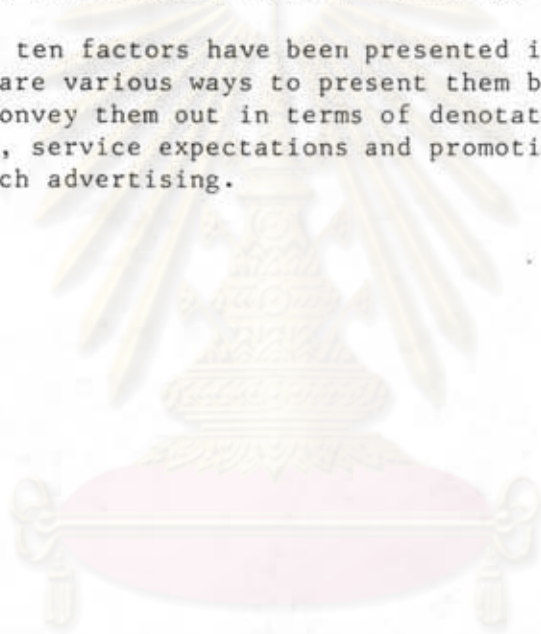
KEY WORD: SERVICE CONCEPTS / MASS MEDIA / AIRLINES

KOMNATE SEWATASAI : AN AIRLINES PUBLICITY OF " SERVICE CONCEPTS"
THROUGH MASS MEDIA IN 1993. THESIS ADVISOR : ASSO. PROF. SIRICHAIRIKAYA, Ph.D. 163 pp. ISBN 974-631-992-2

The main objective of this thesis is to study and analyze the process of services, especially, in the airline business, and how airline services are brought through the media, then, to the public in 1993. The research method is qualitative.

The results of research show that most of the airlines have used ten following factors to advertise their services, which are : 1. Variety of Routings 2. Frequency of Flights 3. Quality of Flight Attendants 4. Food and Beverages 5. Privileges 6. Comfort of Seats 7. Modern Aircrafts 8. Travel Information Service 9. Communication System Technology and 10. Entertainments.

The mentioned ten factors have been presented in style of dynamism. In other word, there are various ways to present them by using signs to create meanings and convey them out in terms of denotative and connotative meanings. In addition, service expectations and promotions have also been used to present in such advertising.



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน

สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน

ปีการศึกษา 2538

ลายมือชื่อนิสิต *สมชาย อ.ฟ.*

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา *สมชาย อ.ฟ.*

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม



กิตติกรรมประกาศ

"ข้าพเจ้าตั้งใจที่ได้เกิดเป็นลูก'ครู' เพราะด้วยวิญญานแห่งความเป็นครู ของคุณพ่อคุณแม่ที่มีได้แต่เพียงปูพื้นฐานการศึกษาและอบรมสั่งสอนเฉพาะเด็ก ๆ ที่ ด้อยโอกาสนับพันนับหมื่นคน ตลอดอายุงานกว่า 40 ปี ของท่าน ให้ยึดมั่นในคุณงาม ความดี หากแต่ท่านยังอบรมสั่งสอนและสร้างข้าพเจ้าให้เจริญก้าวหน้ามาตราบนานเท่า ทุกวันนี้

ความขยันหมั่นเพียรและตัวอย่างที่ดีของท่านทั้งสอง เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ ข้าพเจ้าไม่กล้าทำในสิ่งที่จะทำให้ท่านทั้งสองเสียใจ อีกทั้งความรักและกำลังใจที่ ท่านทั้งสองคอยมีให้ต่อข้าพเจ้าโดยสม่ำเสมอ ก็เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ข้าพเจ้ามุ่งมั่นที่ จะทำสิ่งที่มีความสุขและอิ่มเอมใจให้ท่าน"

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อคุณแม่ ด้วยงานวิจัยฉบับนี้ทั้งหมด และขอ กราบขอบพระคุณ รศ.ดร.ศิริชัย ศิริกายะ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ซึ่งให้ โอกาส ให้คำแนะนำปรึกษา ตลอดจนเป็นผู้ผลักดันให้เกิดวิทยานิพนธ์เล่มนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผศ.ขวัญเรือน กิติวัฒน์ และรศ.จุมพล รอดคำดี ผู้ประสิทธิประสาทวิชา และให้ความรักความห่วงใยต่อผู้วิจัยและบรรดาเพื่อน ๆ ตุจลูกหลาน

ขอขอบพระคุณ คุณธนวัฒน์ ปุกหุด ผู้อำนวยการฝ่ายความคิดสร้างสรรค์ บริษัท Fareast Advertising จำกัด(มหาชน) คุณสุตฉวี จรรยาวงศ์และที่ ๆ ฝ่ายโฆษณาของบริษัทการบินไทย จำกัด(มหาชน) ที่ได้ให้คำแนะนำและเชื้อเพื่อข้อมูลแก่ผู้วิจัยตลอดระยะเวลาที่ทำการศึกษา

ขอขอบคุณพี่หนูย พี่ต้อม พี่ต๋อย น้องแนน และเพื่อน ๆ MC3 ทุกคนที่เป็น กำลังใจและให้การสนับสนุนตลอดมา

และขอขอบคุณกำลังใจสำคัญผู้ซึ่งเป็นเจ้าของคำพูด "เราจะพากันไปใน ทางที่ดี" ที่ทำให้งานวิจัยครั้งนี้มีชีวิตชีวาขึ้นมาอีกครั้ง

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ญ

บทที่

1	บทนำ	
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	ปัญหาที่วิจัย.....	4
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
	ขอบเขตของการวิจัย.....	5
	ข้อตกลงเบื้องต้น.....	5
	ข้อสันนิษฐานของการวิจัย.....	5
	นิยามศัพท์.....	6
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
2	แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	
	1.แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ	
	แนวคิดเรื่องการบริการ.....	8
	ลักษณะของการบริการ.....	10
	ความคาดหวังทางด้านการบริการ.....	11
	การส่งเสริมการจำหน่ายการบริการ.....	12

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
2	ลูกค้าสัมพันธ์..... 14
	2. แนวคิด เรื่องสัญญา..... 14
	3. แนวคิด เรื่องการสร้างความหมาย..... 15
	วิธีการสร้างความหมายให้กับกระบวนการสร้างความหมาย... 17
	4. การสร้างสื่องานโฆษณา..... 18
3	ระเบียบวิธีวิจัย
	แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา..... 22
	วิธีการ เก็บรวบรวมข้อมูล..... 23
	การวิเคราะห์ข้อมูล..... 35
	การนำเสนอข้อมูล..... 35
4	วิธีการสร้างความหมายแนวคิด เรื่องการให้บริการของสายการบิน ต่าง ๆ ผ่านสื่อมวลชน..... 37
6	สรุปและข้อเสนอแนะ..... 157
	รายการอ้างอิง..... 161
	ประวัติผู้เขียน..... 163

สารบัญตาราง

หน้า

แผนภูมิที่ 1	การสร้างความหมายตามแนวคิดของ Barthes.....	17
แผนภูมิที่ 2	Need, Want, and Motives.....	19
แผนภูมิที่ 3	Goals of Promotion and the Traveller's Process.....	20



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	สายการบิน Delta Airlines.....	42
2	สายการบิน Cathay Pacific.....	45
3	สายการบิน Cathay Pacific.....	48
4	สายการบิน AIR FRANCE.....	51
5	สายการบิน Air Newzealand.....	54
6	สายการบิน Korean Air.....	57
7	สายการบิน Korean Air.....	59
8	สายการบิน Royal Brunei.....	62
9	สายการบิน Royal Brunei.....	64
10	สายการบิน Northwest Airlines.....	67
11	สายการบิน Thai Airways International.....	72
12	สายการบิน Air Newzealand.....	77
13	สายการบิน Thai Airways International.....	82
14	สายการบิน Cathay Pacific.....	84
15	สายการบิน British Airways.....	88
16	สายการบิน United Airlines.....	93
17	สายการบิน Thai Airways International.....	97
18	สายการบิน Qantas.....	98
19	สายการบิน Thai Airways International.....	99
20	สายการบิน British Airways.....	102
21	สายการบิน Asiana.....	105
22	สายการบิน Korean Air.....	107
23	สายการบิน Northwest.....	111

สารบัญภาพ(ต่อ)

	หน้า
24	สายการบิน United Airlines..... 115
25	สายการบิน Korean Air..... 118
26	สายการบิน Cathay Pacific..... 119
27	สายการบิน Saudia..... 120
28	สายการบิน Air France..... 121
29	สายการบิน Korean Air..... 122
30	สายการบิน Emirates..... 126
31	สายการบิน Qantas..... 130
32	สายการบิน Chaina Airlines..... 135
33	สายการบิน Gulf Air..... 139
34	สายการบิน Silk Air..... 141
35	สายการบิน Thai Airways International..... 142
36	สายการบิน Saudia..... 143
37	สายการบิน Singapore Airlines..... 145
38	สายการบิน Asiana..... 146
39	สายการบิน Singapore Airlines..... 149
40	สายการบิน Myanmar Airways International..... 150
41	สายการบิน Korean Air..... 152

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย