

นรสรณ์ เชาวน์ฤทธิ : การวิเคราะห์กลยุทธ์เนื้อหาสาระในการโฆษณาของธุรกิจ
น้ำมันพืช (AN ANALYSIS OF MESSAGE STRATEGIES OF COOKING OIL MARKET)
อ. ที่ปรึกษา : รศ. ดร. นันทวัน สุชาติ, 131 หน้า. ISBN 974-637-064-2

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเข้าใจถึงกระบวนการของกลยุทธ์การสร้างเนื้อหาสาระ
ของโฆษณาสินค้าประเภทน้ำมันพืช ในชิ้นงานโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ที่ออกอากาศในช่วงปี
พ.ศ. 2536-2539 ทั้งนี้โดยเลือกที่จะศึกษางานโฆษณาของน้ำมันพืช 7 ยี่ห้อ เพื่อนำมา
วิเคราะห์ประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์บุคคลใน
บริษัทตัวแทนโฆษณา ที่มงานผู้ผลิตและสร้างสรรค์งานโฆษณาโดยพิจารณาถึงรูปแบบและการ
นำเสนอเนื้อหา ภายใต้แนวคิดกลยุทธ์การโฆษณาและทฤษฎีทางสัญวิทยา

ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ในการสร้างสารโฆษณาของสินค้าประเภทน้ำมันพืชทางสื่อ
โทรทัศน์ เป็นกระบวนการสื่อความหมายสารด้วยการคำนึงถึงองค์ประกอบต่างๆ ที่เกี่ยวกับการ
กำหนดวัตถุประสงค์ การสร้างกลยุทธ์ และการวางแผนคิดหลักกรรมถึงรูปแบบการนำเสนอ
โดยมีการสอดใส่เนื้อหาตลอดจนการสร้างแรงจูงใจด้วยวิธีการกระตุ้นให้ผู้รับสารโฆษณา
เกิดความเชื่อถือเพื่อนำไปสู่การคล้อยตามหรือการยอมรับปฏิบัติ

กล่าวโดยสรุป ส่วนใหญ่แล้วบริษัทตัวแทนโฆษณาและที่มงานผู้ผลิต มีความคิดเห็น
ตรงกันว่าการสร้างเนื้อหาสาระของโฆษณาน้ำมันพืช ควรเลือกเนื้อหาและออกแบบสารให้
สอดคล้องกับความต้องการของผู้ส่งสารโฆษณา และตรงกับสภาพการรับสารของกลุ่มลูกค้า
เป้าหมาย ทั้งนี้ต้องอยู่ภายใต้แนวคิดการสร้างภาพลักษณ์สินค้า การวางตำแหน่งสินค้า และ
การโน้มน้าวใจที่เหมาะสมกับการรับรู้และความต้องการของผู้รับสารเป้าหมาย

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน
สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน
ปีการศึกษา 2540

ลายมือชื่อนิติ *dw by dr*
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา *ml 90.6*
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม -