

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(4)
สารบัญตาราง	(8)
สารบัญแผนภูมิ	(13)
 บทที่	
1. บทนำ	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	14
ขอบเขตการวิจัย	14
นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	15
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	20
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารตราสินค้า	21
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารโฆษณา	25
แนวคิดโฆษณาสถาบัน	27
ทฤษฎีแรงจูงใจ.....	29
กลยุทธ์การสร้างสรรคโฆษณา	32
แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหา.....	54
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	56

3. วิธีการวิจัย	60
กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาวิเคราะห์	60
การวิเคราะห์	60
แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย	63
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	63
การทดสอบความเชื่อถือได้ในการลงรหัส	63
การเก็บรวบรวมข้อมูล	64
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	64
4. ผลการวิจัย	65
ส่วนที่ 1 จำนวนชิ้นงานโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทวิสกีและเบียร์ ที่นำเสนอในสื่อหนังสือพิมพ์ 4 ฉบับ ตลอดระยะเวลา 1 ปี	65
ส่วนที่ 2 จำนวนชิ้นงานโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทวิสกีและเบียร์ ในหนังสือพิมพ์	66
ส่วนที่ 3 ความถี่ของตราสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทวิสกีและเบียร์ ที่ลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์	67
ส่วนที่ 4 ความถี่ในการเลือกใช้โฆษณาเพื่อสถาบันของโฆษณาเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ประเภทวิสกีและเบียร์	69
ส่วนที่ 5 กลยุทธ์การสร้างสรรคโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทวิสกี และเบียร์	78
ส่วนที่ 6 รูปแบบผู้นำเสนอสารในโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทวิสกี และเบียร์ในหนังสือพิมพ์ แยกเป็นเพศ กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง และรูปแบบการดื่มของผู้นำเสนอสาร	121
ส่วนที่ 7 ศึกษาการใช้ประเภทโฆษณาสถาบัน รูปแบบการพาดหัว เทคนิค การนำเสนอภาพ และจุดจับใจในงานโฆษณาของตราสินค้า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทวิสกีและเบียร์	143
ส่วนที่ 8 ศึกษาการใช้รูปแบบพาดหัว เทคนิคการนำเสนอภาพ และจุดจับใจ ในงานโฆษณาแยกตามประเภทของโฆษณาสถาบัน	175

5. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	182
อภิปรายผลการวิจัย	186
ข้อเสนอแนะ.....	196
ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต	197
ภาคผนวก	
ก. กลยุทธ์การตลาดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	199
ข. รูปแบบพาดหัวโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	208
ค. การนำเสนอภาพโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์.....	210
ง. หลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์	217
บรรณานุกรม	220
ประวัติการศึกษา.....	227