

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

เกศินี คุณทรัพย์, รองผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์ บริษัทไอเบอร์เนทท์. สัมภาษณ์,

13 พฤศจิกายน 2539

จันทร์เพ็ญ โภคาชัยพัฒน์, การสร้างสัญลักษณ์ผ่านโฆษณาทางสื่อมวลชน เพื่อกำหนดสถานะภาพของ

สินค้า : กรณีศึกษาเครื่องใช้ไฟฟ้าชาร์ป. วิทยานิพนธ์คณะนิเทศศาสตร์ ปริญญา

มหาบัณฑิต. ภาควิชาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

ญาณิษฐ์ ทิพากร, ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์ บริษัทลินดาส. สัมภาษณ์, 8 พฤศจิกายน 2539

เดวิด โอกลีวี่, คำสารภาพของคนโฆษณา. แปลโดย ชาญชัย เทียนงาม. พิมพ์ครั้งที่ 1.

กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จันทิมา, 2533.

นิวัติ วงศ์พรหมปริดา, โฆษณาอย่างไรจึงจะชนะใจผู้ซื้อ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร :

สำนักพิมพ์ทีพีพรินท์, 2536.

บุษบา สุธีธร, กระบวนการสร้างสรรค์และผลิตสื่อโฆษณา, ในเอกสารการสอนชุดวิชาการ

สร้างสรรค์และผลิตสื่อโฆษณา หน่วยที่1-15. กรุงเทพมหานคร :

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2532.

ประภาพรรัตน์ แสงคารากุล, รองผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์ บริษัทไอเบอร์เนทท์. สัมภาษณ์,

24 พฤศจิกายน 2539

ประเสริฐ โกมลประเสริฐกุล, ผู้อำนวยการฝ่ายศิลป์ บริษัทเน็กซ์ แอนด์ ทริฟเพิลท แอดเวอร์ไทซิง.

สัมภาษณ์, 8 พฤศจิกายน 2539

พนา ทองมีอาคม, แนวคิดในการสร้างสรรค์และผลิตสื่อโฆษณา, ในเอกสารการสอนชุดวิชาการ

สร้างสรรค์และผลิตสื่อโฆษณา หน่วยที่1-15. กรุงเทพมหานคร :

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2532.

พลรัชต์ นนทวาจิต, รองผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์ บริษัทวันเดอร์แมน. สัมภาษณ์,

18 พฤศจิกายน 2539

พิบูล ทิปะปาล, การโฆษณาและส่งเสริมการขาย. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร :

สำนักพิมพ์อมรการพิมพ์, 2536.

พีระเดช จ้อยจ้ารูญ, สัมภาษณ์, ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์ บริษัทฟาร์อีสท์ แอดเวอร์ไทซิง.

สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2539

เพ็ญหลิน ลิน, การวิเคราะห์ภาพยนตร์โทรทัศน์ผ่านดาวเทียมของภูมิภาคเอเชีย ทางสตาร์ทีวี.

- วิทยานิพนธ์คณะนิเทศศาสตร์ ปริญญาโท สาขาวิชาสื่อสารมวลชน
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- มนต์ธีรา ชัยพิพัฒนานนท์. กำเนิดความคิด. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร :
สำนักพิมพ์มหาสมุทร พิช, 2538.
- มานิต รัตนสุวรรณ. การสร้างสรรคงานโฆษณา. ในเอกสารการสอน ชุดการบริหารงานโฆษณา
หน่วยที่ 6-10. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช, 2532.
- วัฒน์พร ปั่นมณี. กระบวนการสร้างสรรคโฆษณาสินค้าบ้านจัดสรรทางสื่อสิ่งพิมพ์. วิทยานิพนธ์
คณะนิเทศศาสตร์ ปริญญาโท สาขาวิชาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. การบริหารการโฆษณาและส่งเสริมการขาย. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร :
สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา, 2537.
- สุทธิศักดิ์ ตุงจิตานนท์. ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค บริษัท ริชท์ส แอดเวอร์ไทซิง.
สัมภาษณ์, 21 พฤศจิกายน 2539
- ศุภางค์ จันทวานิช. การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร :
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.
- เสรี วงศ์มณฑา. กว่าจะเห็นเป็นโฆษณา ฉบับ ดร. เสรี วงศ์มณฑา. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร :
สำนักพิมพ์ดอกหญ้า, 2534.
- เอส อาร์ เบอร์สไตน์. ศิลปะการเขียนคำโฆษณา. แปลโดย เชน จรัสเวียง. พิมพ์ครั้งที่ 1.
กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จันธิมา, 2533.
- เอ็ดเวิร์ด เดอ โบโน. ขั้นเชิง ศาสตร์และศิลป์สู่ความสำเร็จ. แปลโดย ทรงแผน ไชยชนะสาร.
พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์เดลฟี, 2538.

ภาษาอังกฤษ

- Baldwin, Huntley. Creating Effective T.V. Commercials. First Edition. Lincolnwood, Illinois :
NTC Business Books, 1988.
- Baldwin, Huntley. How to Create Effective T.V. Commercials. Second Edition. Illinois : NTC
Business Books, 1989.
- Belch, George E.; Micheal A. Belch. Introduction to Advertising & Promotion (An Integrated
Marketing). Third Edition. U.S.A. : Von Hoffman Press, 1995.
- Benjafield, John E. Cognition. First Edition. New Jersey : Prentice - Hall Inc, 1992.

- De Bono, Edward. Serious Creativity. First Edition. Great Britain : Harper Collins Publisher, 1992.
- Dunn, Watson S.; Arnold M. Barban. Advertising : It's Role in Modern Marketing). Third Edition. U.S.A. : Von Hoffman Press, 1995.
- Felton, George. Advertising : Concept and Copy. First Edition. Eaglewood Cliffs, New Jersey : Prentice - Hall Inc, 1994.
- Jewler, Jerome A. Creative Strategy in Advertising. Fourth Edition. Belmont California : Wadsworth Publishing, 1992.
- Marra, James L. Advertising Creativity : Technique for Generating Ideas. First Edition. Eaglewood Cliffs, New Jersey : Prentice - Hall Inc, 1990.
- Moriarty, Sandra E. Creative Advertising (Theory & Practice). Second Edition. Eaglewood Cliffs, New Jersey : Prentice - Hall Inc, 1991.
- Nylen, David W. Advertising. Fourth Edition. Cincinnati, Ohio : South - Western Publishing, 1993.
- Well, William; John Burnett; and Sandra E. Moriarty. Advertising : Principle & Practice. Second Edition. Eaglewood Cliffs, New Jersey : Prentice - Hall Inc, 1989.
- Schultz, Don E.; Beth E. Barnes. Strategic Advertising Campaign. First Edition. Lincolnwood, Illinois : NTC Business Books, 1995.
- Wilmshurst, John. The Fundamentals of Advertising. Second Edition. Trowbridge, England : Redwood Burn Ltd., 1986.
- Wright, John; Danilels Warner and Willis L. Winter. Advertising. Third Edition. U.S.A. : Mc Graw - Hill Inc, 1971



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แนวคำถาม สำหรับสัมภาษณ์นักสร้างสรรค์โฆษณา

แนวคำถามสำหรับสัมภาษณ์นักสร้างสรรค์โฆษณา เพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบเกี่ยวกับวิธีการที่นักสร้างสรรค์โฆษณาใช้ในการสร้างความคิดสร้างสรรค์ในภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดและถูกต้องครบถ้วน แนวคำถามครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ดังนี้คือ

1. แนวคำถามที่เกี่ยวข้องกับการตลาด

- ชื่อและประวัติของสินค้า
- ข้อดีและข้อเสียของสินค้า
- จุดขายหรือตำแหน่งของสินค้า
- กลุ่มเป้าหมาย
- คู่แข่งทางการตลาด
- ปัญหาทางการตลาดของสินค้า

2. แนวคำถามที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา

- วัตถุประสงค์ของการโฆษณา
- สารที่ต้องการจะสื่อผ่าน ไปยังกลุ่มเป้าหมาย
- ลำดับการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์
- การเลือกความคิดสร้างสรรค์ในระหว่างการพัฒนาความคิด
- วิธีการที่ใช้ในการสร้างความคิดสร้างสรรค์
- ความหมายของสัญญาณที่ปรากฏในภาพยนตร์โฆษณา
- เหตุผลของการใช้สัญญาณนั้นๆ

รายนามผู้เชี่ยวชาญ

รายนามผู้เชี่ยวชาญที่ทำหน้าที่ตรวจสอบกลุ่มตัวอย่าง (ภาพยนตร์โฆษณา) ที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้

1. ร.ศ. ดร. ชุบถ เบญจรงค์กิจ
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. ผ.ศ. สุวิมลนา วงษ์กะพันธ์
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
3. อ. แอนนา จุมพลเสถียร
คณะวารสารศาสตร์ฯ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
4. ผ.ศ. วรณี ตำราญเวทย์
คณะวารสารศาสตร์ฯ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
5. อ. ชีรพล ภูรัตน์
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
6. อ. ดร. รสขงพร โกมลเสวิน
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การตรวจสอบข้อมูล
การเก็บรวบรวมครั้งที่ 1

จากการเก็บรวบรวมความคิดเห็นของนักวิชาการด้วยแบบสอบถามปลายเปิด สามารถสรุปความคิดเห็นของนักวิชาการได้ดังนี้

1. ภาพยนตร์เรื่อง แอนิมอล พลิตภัณฑ์ นมเปรี้ยวดัชมิลล์
มีความเห็นว่า ดัชมิลล์ ทำให้สุขภาพดี แข็งแรง ปราดเปรียว
2. ภาพยนตร์เรื่อง แบล็คไทย พลิตภัณฑ์ แบล็คแคท วิสกี
มีความเห็นว่า แบล็คแคทเป็นเหล้า (Black) ไทยที่มีราคาถูก
3. ภาพยนตร์เรื่อง เอสเคป พลิตภัณฑ์ รองเท้านักเรียนสกายพลัส
มีความเห็นว่า รองเท้าที่ใครๆก็สนใจ อยากได้
4. ภาพยนตร์เรื่อง เกิดเอาท์ พลิตภัณฑ์ พิทีที ซูเปอร์ 97
มีความเห็นว่า พิทีที ซูเปอร์ 97 เป็นน้ำมันไร้สารตะกั่ว ที่ให้พลังแรง
5. ภาพยนตร์เรื่อง อินอินเทอร์รัพท์ คอล พลิตภัณฑ์ เวิลด์โฟน 800
มีความเห็นว่า เวิลด์โฟน 800 เป็นบริการที่มีประสิทธิภาพ ไม่ขาดการติดต่อ
6. ภาพยนตร์เรื่อง เรสคิว พลิตภัณฑ์ ระเบิดงตราเสือ
มีความเห็นว่า ระเบิดงตราเสือทนทาน แข็งแกร่ง
7. ภาพยนตร์เรื่อง 600 บาทซื้ออะไรบ้าง สถาบัน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
มีความเห็นว่า การเที่ยวเมืองไทยใช้จ่ายน้อย แต่ได้ประสบการณ์ที่น่าประทับใจ
8. ภาพยนตร์เรื่อง ความภูมิใจ สถาบัน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
มีความเห็นว่า เมืองไทยมีสิ่งที่ดีมากมาย โดยเฉพาะธรรมชาติ ควรร่วมกันรักษาด้วยการไม่ทิ้งขยะ
9. ภาพยนตร์เรื่อง พุดพ่ามกับพุดจริง พลิตภัณฑ์ ฉลากประหยัดไฟของ ก.ส.ผ.
มีความเห็นว่า ฉลากประหยัดไฟให้ความจริงเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้า เชื่อถือได้

การตรวจสอบข้อมูล
การเก็บรวบรวมครั้งที่ 2

การเก็บรวบรวมในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามปลายเปิดเพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักวิชาการต่อสารหรือกลยุทธ์โฆษณาที่ได้ในการเก็บรวบรวมครั้งที่ 1 เพื่อสรุปเป็นความคิดเห็นของนักวิชาการ พบว่าภาพยนตร์ทั้ง 9 เรื่องนั้น นักวิชาการได้แสดงความเห็นสอดคล้องกันกับผลในการเก็บรวบรวมครั้งที่ 1 (มากกว่าครึ่งหนึ่งหรือสี่ห้าขึ้นไป) ได้ผลดังนี้ดังนี้

ภาพยนตร์โฆษณา	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
1. ภาพยนตร์เรื่อง แอนิมอล พลิตภัณฑ์ นมเปรี้ยวดัชมิลล์ ต้องการบอกว่า ดัชมิลล์ ทำให้สุขภาพดี แข็งแรง ปราดเปรี้ยว	6	0
2. ภาพยนตร์เรื่อง แบตลิคไทย พลิตภัณฑ์ แบตลิคแคท วิสกี ต้องการบอกว่า แบตลิคแคท เป็นเหล่า (Black) ไทยที่มีราคาถูก	6	0
3. ภาพยนตร์เรื่อง เอสเคป พลิตภัณฑ์ รองเท้านักเรียนสกายพลัส ต้องการบอกว่า รองเท้าสกายพลัส ใครๆก็สนใจ อยากได้	5	1
4. ภาพยนตร์เรื่องเกิดเอาท์ พลิตภัณฑ์ ฟิทที ซูเปอร์ 97 ต้องการบอกว่า ฟิทที ซูเปอร์ 97 เป็นน้ำมันไร้สารตะกั่ว ที่ให้พลังแรง	6	0
5. ภาพยนตร์เรื่อง อินอินเทอร์รัพท์ คอล พลิตภัณฑ์ เวิลด์โฟน 800 ต้องการบอกว่า เวิลด์โฟน 800 เป็นบริการที่มีประสิทธิภาพ ไม่ขาดการติดต่อ	5	1
6. ภาพยนตร์เรื่อง เรตคิว พลิตภัณฑ์ กระเบื้องตราเสือ ต้องการบอกว่า กระเบื้องตราเสือทนทาน แข็งแกร่ง	6	0
7. ภาพยนตร์เรื่อง 600 บาทซื้ออะไรบ้าง สถาบัน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ต้องการบอกว่า การเที่ยวเมืองไทยใช้จ่ายน้อย แต่ได้ประสบการณ์ที่น่าประทับใจ	6	0
8. ภาพยนตร์เรื่อง ความภูมิใจ สถาบัน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ต้องการบอกว่า เมืองไทยมีสิ่งที่ดีมากมาย โดยเฉพาะธรรมชาติ ควรร่วมกันรักษา ด้วยการไม่ทิ้งขยะ	6	0
9. ภาพยนตร์เรื่อง พุดพ่อกับพุดจริง พลิตภัณฑ์ ฉลากประหยัดไฟของ ก.ส.ผ. ต้องการบอกว่า ฉลากประหยัดไฟให้ความจริงเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้า เชื่อถือได้	6	0

การตรวจสอบข้อมูล

การเปรียบเทียบความคิดเห็นร่วมกันกับกลยุทธ์การสร้างสรรค

หลังจากได้รวบรวมและสรุปความคิดเห็นร่วมกันของผู้เชี่ยวชาญ (Experts) ผู้วิจัยได้นำมาเปรียบเทียบกับกลยุทธ์การสร้างสรรคที่นักสร้างสรรคโฆษณา (Creative Man) ได้กำหนดไว้พบว่าความคิดเห็นร่วมกันกับกลยุทธ์การสร้างสรรคมีความสอดคล้องกัน ได้ผลดังนี้

1. ภาพยนตร์เรื่อง แอนิมอล พลิตกัณท์ นมเปรี้ยวดัชมิลล์

Experts : ดัชมิลล์ ทำให้สุขภาพดี แข็งแรง ปราดเปรี้ยว

Creative Man : ดัชมิลล์เป็นนมเพื่อสุขภาพสำหรับครอบครัวยุคใหม่

2. ภาพยนตร์เรื่อง แบล็คไทย พลิตกัณท์ แบล็คแคท วิกกี

Experts : แบล็คแคท เป็นเหล่า (Black) ไทยที่มีราคาถูก

Creative Man : แบล็คแคท แบล็คไทย

3. ภาพยนตร์เรื่อง เอสเคป พลิตกัณท์ รองเท้านักเรียนสกายพลัส

Experts : รองเท้าสกายพลัส ใครๆก็สนใจ อยากได้

Creative Man : รองเท้าสกายพลัส เป็นรองเท้ายี่ห้อที่ใครๆก็ชื่นชอบ

4. ภาพยนตร์เรื่อง เกิดเอาท์ พลิตกัณท์ พิทีที ซูเปอร์ 97

Experts : พิทีที ซูเปอร์ 97 เป็นน้ำมัน ไร้สารตะกั่ว ที่ให้พลังแรง

Creative Man : พิทีที ซูเปอร์ 97 แรงดีไม่มีสารตะกั่ว

5. ภาพยนตร์เรื่อง อันอินเทอร์รัพท์ กอล พลิตกัณท์ เวิลด์โฟน 800

Experts : เวิลด์โฟน 800 เป็นบริการที่มีประสิทธิภาพ ไม่ขาดการติดต่อ

Creative Man : เวิลด์โฟน 800 เป็นระบบที่มีประสิทธิภาพสูง ไม่มีปัญหาขัดข้องในการติดต่อ

6. ภาพยนตร์เรื่อง เรตคิว พลิตกัณท์ กระเบื้องตราเสือ

Experts : กระเบื้องตราเสือนทนทาน แข็งแกร่ง

Creative Man : กระเบื้องตราเสือ แข็งแกร่งทั่วแผ่น

7. ภาพยนตร์เรื่อง 600 บาทซื้ออะไรบ้าง สถาบัน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

Experts : การเที่ยวเมืองไทยใช้จ่ายน้อย แต่ได้ประสบการณ์ที่น่าประทับใจ

Creative Man : การเที่ยวเมืองไทย ทำให้ได้ประสบการณ์ใหม่ๆ

8. ภาพยนตร์เรื่อง ความภูมิใจ สถาบัน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

Experts : เมืองไทยมีสิ่งที่ดีมากมาย โดยเฉพาะธรรมชาติ ควรร่วมกันรักษา ด้วยการไม่ทิ้งขยะ

Creative Man : อย่าให้ทรัพยากรธรรมชาติถูกทำลายด้วยมือของคนไทย

9. ภาพยนตร์เรื่อง พุดพ่ามกับพุดจริง ผลิตภัณฑ์ ผลากประหยัดไฟของ ก.ผ.ผ.

Experts : ผลากประหยัดไฟให้ความจริงเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้า เชื่อถือได้

Creative Man : ความจริงที่คุณไม่รู้ แต่ผลากประหยัดไฟบอกคุณได้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียน

นายพรณเจริญ วนแสงสกุล เกิดเมื่อวันที่ 11 กรกฎาคม พ.ศ. 2512 ที่อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต (เกียรตินิยมอันดับ 2) สาขานิเทศศิลป์ จากคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง เมื่อปี พ.ศ. 2536 หลังจากจบการศึกษาเคยทำงานในตำแหน่งอาจารย์ประจำภาควิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จนกระทั่งปีพ.ศ. 2538 ได้เข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปัจจุบัน ทำงานเป็นอาจารย์ประจำภาควิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย