

หลักการโฆษณา

อาจารย์พจน์ศิริรินทร์ ลิ้มปิ่นนันทน์

ลักษณะและขอบเขตของการโฆษณา

- ❑ ความหมายของโฆษณา (**Definitions**)
- ❑ วัตถุประสงค์ของการโฆษณา (**Advertising Objectives**)
- ❑ ประเภทของการโฆษณา (**Classification of Advertising**)
- ❑ บทสรุป (**Conclusions**)

ความหมายของโฆษณา

การโฆษณาตามแนวความคิดด้านการตลาด

(Marketing Concept of Advertising)

ผลรวมของกิจกรรมทางธุรกิจทั้งหมดที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนอำนาจซื้อของผู้บริโภคเป็นความต้องการในผลิตภัณฑ์ จุดมุ่งหมายคือ การขาย

การติดต่อสื่อสาร

(Communication Concept of Advertising)

ลักษณะเป็นการชักชวนหรือจูงใจเพื่อให้ผู้บริโภคหันเหความสนใจมายังผลิตภัณฑ์ที่โฆษณา จุดมุ่งหมายคือ สื่อสารให้เกิดการขาย

ความหมายของโฆษณา (ต่อ)

การติดต่อสื่อสาร

(Communication Concept of Advertising)

คำจำกัดความในแง่การสื่อสาร โดย ศ. John S. Wright และ
ศ. Danail S. Warner กล่าวว่า

“การชักชวนโดยการระบุชื่อ และสามารถควบคุมได้โดยผ่านสื่อมวลชน ”

วัตถุประสงค์ของการโฆษณา

- ❑ เพื่อกระตุ้นการขาย
- ❑ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลหรือองค์กรให้รู้ทั่วกัน
- ❑ เพื่อสร้างบรรยากาศในการดำเนินธุรกิจอย่างดีที่สุด
- ❑ เพื่อให้จูงใจ ชักชวน ชวนเชื่อ

กล่าวได้ว่า

การโฆษณาทำเพื่อวัตถุประสงค์ในการเพิ่มพูนโอกาสที่ผู้ที่ได้รับข่าวสารโฆษณาจะมีพฤติกรรมหรือเกิดความเชื่อตามที่ผู้โฆษณาต้องการให้กระทำหรือเชื่อ

ประเภทของการโฆษณา

เกณฑ์ที่ใช้ในการแยกประเภทของการโฆษณามีอยู่หลายประการ ได้แก่

- ❑ กลุ่มเป้าหมาย (Audience)
- ❑ ชนิดของสื่อ (Media)
- ❑ เนื้อหาสาระของข้อความโฆษณา
- ❑ ขอบเขตการครอบคลุม (Scope of Coverage)

กลุ่มเป้าหมาย

- การโฆษณาเพื่อผู้บริโภค

คือ การมุ่งให้ข่าวสารแก่ผู้บริโภคจริงๆ โดยเนื้อหาสาระที่ชักชวนให้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่โฆษณา

- การโฆษณาเพื่อกลุ่มอุตสาหกรรม

คือ การมุ่งให้ข่าวสารแก่ผู้ใช้สินค้าอุตสาหกรรม

- การโฆษณาเพื่อกลุ่มการค้า

คือ การโฆษณาของผู้ผลิต เพื่อจูงใจผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกให้ซื้อสินค้าที่โฆษณามาเก็บตุนไว้เพื่อขายต่อไป โดยเนื้อหาสาระเกี่ยวกับผลกำไร ผลประโยชน์ต่างๆ

กลุ่มเป้าหมาย (ต่อ)

□ ขอบเขตการครอบคลุม (Scope of Coverage)

คือ การโฆษณาที่มุ่งจูงใจให้บุคคลในวงวิชาชีพต่างๆ
แนะนำให้ลูกค้าของตนซื้อสินค้าที่ทำการโฆษณา

ชนิดของสื่อ

การโฆษณาอาจจะแยกประเภทได้ตามชนิดของสื่อโฆษณาที่เข้าถึงเป้าหมายซึ่งแยกเป็นประเภทต่างๆ ได้แก่

- ❑ การโฆษณาทางโทรทัศน์
- ❑ การโฆษณาทางวิทยุ
- ❑ การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์
- ❑ การโฆษณาทางโรงภาพยนตร์
- ❑ การโฆษณาทางจดหมายตรง

เนื้อหาสาระของข้อความโฆษณา

สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

- ❑ การโฆษณาผลิตภัณฑ์

คือ การโฆษณาที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ว่ามีคุณค่าที่ดีอย่างไร

- ❑ การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์

คือ การโฆษณาที่มุ่งสร้างจิตภาพ ที่ดีให้กับองค์กร บุคคล เพื่อให้ลูกค้าในปัจจุบันและในอนาคตเกิดทัศนคติที่ดีต่อตัวสินค้า

ขอบเขตการครอบคลุม

การพิจารณาการโฆษณาตามเกณฑ์นี้แยกออก ได้ 3 ประเภท คือ

- ❑ การโฆษณาระดับทั่วประเทศ
- ❑ การโฆษณาระดับภูมิภาค
- ❑ การโฆษณาระดับท้องถิ่น

บทสรุป

การโฆษณาเป็นส่วนประกอบอย่างหนึ่งของกิจกรรมทางการตลาด และในขณะเดียวกันก็เป็นการติดต่อสื่อสารอย่างหนึ่ง ในฐานะที่เป็นกิจกรรมทางการตลาด การโฆษณาเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมหรือสนับสนุนความคิดเห็นสินค้าหรือบริการโดยเสียค่าใช้จ่ายโดยผู้อุปถัมภ์ เป็นการชักชวนหรือโน้มน้าวใจโดยระบุชื่อที่สามารถควบคุมได้และผ่านสื่อมวลชน

การโฆษณา มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มพูนโอกาสที่ผู้ได้รับข่าวสารโฆษณาจะมีพฤติกรรมหรือเกิดความเชื่อตามที่ผู้โฆษณาต้องการ