

การศึกษารูปแบบการโฆษณาแฝงในโทรทัศน์ดาวเทียม : กรณีศึกษารายการ  
เพลงติดดาว ช่อง FAN TV ของบริษัท จีเอ็มเอ็มแกรมมี่ จำกัด (มหาชน)

ทศวรรษ จิตตะโสธร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2556

**TIE – IN ADVERTISING IN SATELLITE TV OF GMM GRAMMY  
(PUBLIC) CO., LTD. : BASED ON “PLENG TID DAO”  
PROGRAMME ON FAN TV CHANNEL**

**TASSAWAN JITTAYASOTORN**

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements**

**for the Degree of Master of Communication Arts**

**Department of Communication Arts**

**Faculty of Communication Dhurakij Pundit University**

**2013**

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้เกิดขึ้นมาจากความตั้งใจของผู้วิจัย แต่จะไม่สามารถเสร็จสมบูรณ์ได้ หากปราศจากบุคคลผู้มีพระคุณ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือตลอดระยะเวลาที่ได้ทำศึกษาวิจัย ในโอกาสนี้ ผู้วิจัยจึงขอใช้พื้นที่แห่งนี้เพื่อกล่าวขอบคุณแต่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องอันเป็นที่รักและเคารพยิ่ง

ดร.มนต์ ขอบเจริญ อาจารย์คือกำลังใจที่สำคัญที่สุดและเป็นแรงผลักดันที่ดีที่สุดสำหรับความสำเร็จครั้งนี้ ขอขอบคุณที่อาจารย์เสียสละเวลาอันมีค่าเพื่อให้ทรายได้ทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีเสมอมา ขอขอบคุณที่อยู่เคียงข้างและให้กำลังใจในช่วงเวลาที่ทรายรู้สึกแย่และท้อแท้ที่สุด ตั้งแต่วันแรกที่ได้อาจารย์เป็นที่ปรึกษาจนวันสุดท้ายที่ปิดเล่ม มีคำพูดของอาจารย์หนึ่งประโยคที่ทรายจำได้เสมอ “คิดซะว่าเราทำงานร่วมกันนะ” ประโยคนี้ทำให้ทรายมีความรับผิดชอบมากขึ้นและเป็นแรงจูงใจที่ทำให้ทรายมีความพยายามเพราะไม่ยอมให้ผู้ร่วมงานที่แสนเก่งและใจดีอย่างอาจารย์ต้องผิดหวังและเสียเวลา มีหลายครั้งที่ทรายต้องรบกวนอาจารย์ดีๆ ต้องขออภัยและขอขอบคุณจากใจจริง และต้องขอบคุณเทคโนโลยีโปรแกรม LINE ที่ทำให้เราสองคนทำงานง่ายและรวดเร็วยิ่งขึ้น สุดท้ายทรายอยากบอกอาจารย์ว่า “ขอบคุณที่เชื่อมั่นในตัวทราย และมั่นใจว่าทรายจะต้องทำมันสำเร็จ และมันก็เป็นเช่นนั้นจริงๆ”

ผศ.ดร.ทัศนชากรต์ ดร.มณฑิรา ดร.โสภัทร อ.หนึ่ง และพี่กึ่ง ชลาลัย พงษ์ศิริ ถ้าไม่ได้ทุกคนช่วยเหลือในครั้งนี้ทรายคงทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้เสร็จไม่ทันและไม่จบ ขอขอบคุณพี่กึ่งที่ช่วยประสานงานต่างๆ ระหว่างทรายเป็นมหาวิทยาลัยให้ ขอขอบคุณมากจากใจจริงค่ะ

ขอขอบคุณเพื่อนรัก คุณมรกต เจริญทอง ที่ได้ให้คำแนะนำและให้คำปรึกษาในการเขียนวิทยานิพนธ์ ขอขอบคุณ แก้ว พี่ดาว พี่หน้อย พี่สร้อย พี่ย้ง กอญ่า พี่อาร์ต ที่คอยเป็นกำลังใจให้

ขอขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ ที่บริษัท คุณประกิต คุณรังสรรค์ พี่อู๊ด พี่ดา พี่แตง หัวหน้ากระฉิบ ควินมิ พี่นิก นิกกี้ ขนุน พี่มะ พี่ไอ้ ฉิม เต๋ย แป๊ะ หมาดูล หมี่แยม พี่เอ พี่ตอง พี่พี พี่ปุ่น พี่เปิ้ล และกระปุก และอีกหลายท่านที่ไม่สามารถกล่าวถึงได้ครบ ที่ได้ให้โอกาสให้ความช่วยเหลือ ให้การสนับสนุน และเป็นกำลังใจให้ทรายได้ทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จ ไม่ว่าจะด้วยวิธีการใดๆ ก็ตาม และขอขอบคุณบริษัท จีเอ็มเอ็มแกรมมี จำกัด มหาชน คุณโดนัท พี่เอ้อย และทีมงานทุกคนจากช่อง FAN TV ที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่งานวิจัยในครั้งนี้

สำคัญที่สุดขอขอบคุณครอบครัวอันเป็นที่รัก คุณพ่อโกศล คุณแม่อร่ามรัตน์ พี่สาวที่แสนดี และน้องชายที่น่ารัก ที่คอยดูแลและส่งเสริมให้ทรายมีความรู้ มีโอกาสได้ศึกษา และคอยเป็นกำลังใจให้เสมอ ไม่ว่าจะดีหรือร้าย ขอขอบคุณที่คุณพ่อและคุณแม่ที่คอยผลักดันให้ทรายมีความพยายามและมีแรงใจที่จะทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้จนสำเร็จ รักทุกคนมากที่สุด

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ณ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญตาราง .....	ณ
สารบัญภาพ .....	ณ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา.....	1
1.2 ปัญหานำวิจัย.....	18
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	18
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	19
1.5 นิยามศัพท์.....	19
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	20
2. แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	22
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับโฆษณาแฝง.....	22
2.2 แนวคิดการโฆษณาสินค้าแฝงในละครโทรทัศน์.....	25
2.3 ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ.....	30
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับประเภทและรูปแบบรายการโทรทัศน์.....	37
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้ซื้อ.....	49
2.6 ทฤษฎีและแนวคิดเรื่องการรับรู้.....	57
2.7 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ.....	62
2.8 งานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้อง.....	66
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	72
3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	73
3.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย.....	74
3.3 การกำหนดวิธีการวิจัย.....	75

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	80
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	81
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	82
3.7 การนำเสนอข้อมูล.....	84
4. ผลการวิจัย.....	84
4.1 ลักษณะและรูปแบบการโฆษณาแฝงในโทรทัศน์ดาวเทียม ของบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมนี จำกัด (มหาชน).....	84
4.2 กระบวนการและวิธีการลงโฆษณาแฝงในโทรทัศน์ดาวเทียม ระหว่างบริษัท ตัวแทนโฆษณากับบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมนี จำกัด (มหาชน).....	101
4.3 ผลที่เกิดขึ้นต่อผู้ชมหรือผู้รับสาร ของการโฆษณาแฝงในโทรทัศน์ดาวเทียม ของบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมนี จำกัด (มหาชน).....	115
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	122
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	122
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	135
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	143
5.4 แนวทางการศึกษาในอนาคต.....	145
บรรณานุกรม.....	146
ประวัติผู้เขียน.....	148

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	ตารางแสดงอัตราการผลิตวิทยุเดิบทองของธุรกิจทีวีดาวเทียมและ เคเบิลทีวี.....	4
1.2	ตารางแสดงช่องโทรทัศน์ดาวเทียมของบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน).....	15
2.1	ตารางแสดงองค์ประกอบของทัศนคติ และลำดับขั้นของผลกระทบ.....	65
4.1	แสดงวันออกอากาศรายการเพลงคิดดาว สินค้าที่ปรากฏในรายการ ลักษณะ และรูปแบบการโฆษณาแฝงของโทรทัศน์ดาวเทียมช่อง FAN TV .....	85
4.2	ตารางแสดงผลของการจดจำตราสินค้า (ครั้งแรก) ในกลุ่มผู้ชมรายการ ของการโฆษณาแฝงในโทรทัศน์ดาวเทียม.....	117
4.3	ตารางแสดงผลของการจดจำตราสินค้า (มากกว่า 2 ครั้ง) ในกลุ่มผู้ชมรายการ ของการโฆษณาแฝงในโทรทัศน์ดาวเทียม.....	118

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 แผนภูมิแสดงพฤติกรรมกรรมการชมโทรทัศน์ในประเทศไทย.....	4
1.2 กราฟแสดงการเจริญเติบโตของ Satellite & Cable TV.....	5
1.3 ภาพแสดงสัดส่วนเปรียบเทียบการใช้ดาวเทียมและเคเบิล.....	6
1.4 ภาพแสดงสัดส่วนของระบบโทรทัศน์ในประเทศไทย.....	7
1.5 ภาพแสดงการเจริญเติบโตของระบบโทรทัศน์ในประเทศไทย.....	7
1.6 ภาพแสดงยอดจำหน่ายกล่องทีวีดาวเทียม GMM Z.....	9
1.7 ภาพแสดงจำนวนของผู้ที่รับชมโทรทัศน์ดาวเทียมในประเทศไทย.....	9
2.1 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ .....	49
2.2 ขั้นตอนระหว่างการประเมินทางเลือกและการตัดสินใจซื้อ.....	51
2.3 โมเดลการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	54
2.4 พฤติกรรมการซื้อ 4 ประเภท.....	56
3.1 ภาพแสดงอันดับของโทรทัศน์ดาวเทียมที่มีผู้ชมมากที่สุดในแต่ละประเภท.....	76
3.2 ภาพรายการเพลงติดดาว ช่อง FAN TV.....	78
4.1 ภาพแสดงลักษณะของการโฆษณาแฝงในโทรทัศน์ดาวเทียม.....	92
4.2 ภาพแสดงรูปแบบการวางผลิตภัณฑ์ประกอบฉาก (Product Placement) ของการโฆษณาแฝงในโทรทัศน์ดาวเทียม รายการเพลงติดดาว ช่อง FAN TV....	93
4.3 ภาพแสดงรูปแบบการเคลื่อนไหวของผลิตภัณฑ์ประกอบฉาก (Product Movement)ของการโฆษณาแฝงในโทรทัศน์ดาวเทียม รายการเพลงติดดาว ช่อง FAN TV.....	94
4.4 ภาพ VTR Guide Shot โฆษณาด้ชชี (ก่อนออกอากาศ).....	96
4.5 ภาพ VTR ความยาว 7 วินาที สนับสนุนรายการช่วงเช้า-ออกเบรก รายการเพลงติดดาว.....	96
4.6 ภาพแสดง รูปแบบโลโก้มุมจอของการโฆษณาแฝงในโทรทัศน์ดาวเทียม รายการเพลงติดดาว ช่อง FAN TV.....	97
4.7 ภาพแสดงรูปแบบการจับชิ้นส่วนชิงโชคในโทรทัศน์ดาวเทียม รายการเพลงติดดาว ช่อง FAN TV.....	98

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.8 ภาพแสดงการโฆษณาแฝงรูปแบบสตูปีในโทรทัศน์ดาวเทียม ช่อง FAN TV.....	99
4.9 ภาพแสดงการโฆษณาแฝงรูปแบบการแจกสินค้าในโทรทัศน์ดาวเทียม ช่อง FAN TV.....	100
4.10 ภาพแสดงการโฆษณาแฝงรูปแบบป้ายในโทรทัศน์ดาวเทียม ช่อง FAN TV.....	100
4.11 ภาพแสดงความสัมพันธ์ของกระบวนการและวิธีการโฆษณาแฝงในโทรทัศน์ ดาวเทียมระหว่างบริษัทตัวแทนโฆษณาและผู้ผลิตรายการ.....	103
4.12 ภาพใบเสนอราคา (Quotation) การโฆษณาแฝงของช่อง FAN TV.....	105
4.13 ภาพตารางการถ่ายทำ ( Shooting Plan ) ของการทำ Scoop ช่อง FAN TV.....	106
4.14 ภาพสคริป (Script) ที่ใช้ในการถ่ายทำ Lucky Draw รายการเพลงติดดาว ช่อง FAN TV.....	107
4.15 ภาพตารางการวางแผนสื่อโทรทัศน์ดาวเทียม (Flowchart) ของสินค้า Duchies (2556).....	109
4.16 ภาพเอกสารสั่งซื้อ (Purchase Order) ค่าผลิตโฆษณาแฝงช่อง FAN TV.....	111
4.17 กราฟแสดงสัดส่วนการตัดสินใจซื้อของผู้ชมโฆษณาแฝง ในโทรทัศน์ดาวเทียม.....	121
5.1 ภาพกระบวนการทำโฆษณาแฝงในโทรทัศน์ดาวเทียมระหว่าง ผู้ผลิตรายการกับบริษัทตัวแทนโฆษณา.....	139
5.2 ภาพการเคลื่อนย้ายตำแหน่งสินค้าในรายการเพลงติดดาว ช่อง FAN TV.....	140
5.3 ภาพการวางตำแหน่งสินค้าในรายการเพลงติดดาว ช่อง FAN TV.....	141