



ภาคผนวก ก.
คัดลอกจากหนังสือพิมพ์
“ทางเลือกใหม่สื่อโฆษณาไฮเทค”¹

สำนักหอสมุด

¹ อิศรินทร์ แสงมณี, “ทางเลือกใหม่สื่อโฆษณาไฮเทค,” ประชาชาติธุรกิจ(20-23เม.ย.2538) หน้า 50.

ทางเลือกใหม่! สื่อโฆษณา "ไฮเทค"

ไดริวี่น รีมถนมิภาวดี
รังลิต บิลบอรัคแบบโมโนไฟล
หรือเสาคีฬวเป็นท่นิยมในสหรัฐอเมริกา
เนื่องจกแซ็งแรงทนทานและไมเกินือที่

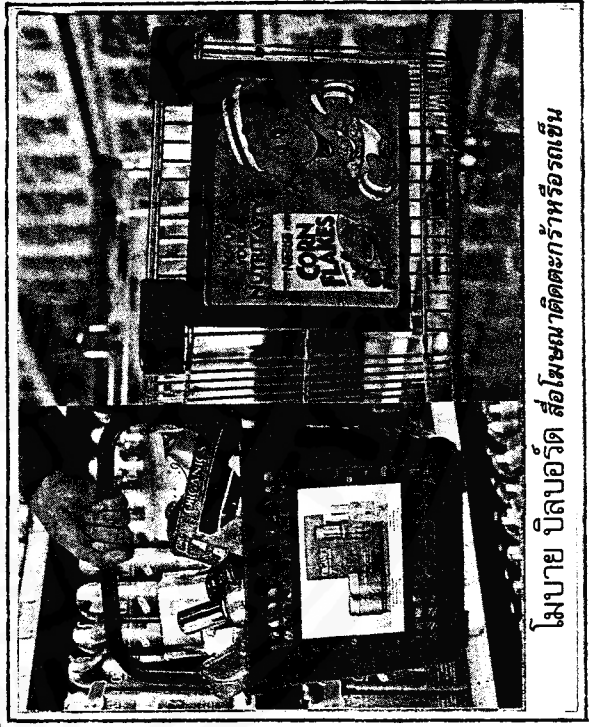
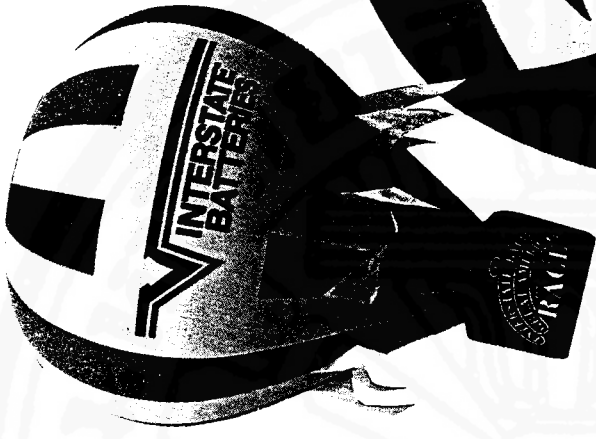
Nancy

อิสรินทร์ แสงมณี



◁ เครื่องจ่ายคุบอง
อัตโนมัติ อุปกรณ์
การส่งเสริมการ
ขาย มีไฟกะพริบ
ดึงดูดความสนใจ

◁ เชลฟ์วีซีเอ็น สื่อโฆษณา
ติดตั้งวางสินค้าในห้าง
สรรพสินค้า ใช้วางประกบ
ติดตั้งสินค้าตลอดเวลา



ไมบาย บิลบอร์ด สื่อโฆษณาติดตั้งกราฟิหรือรถเข็น

“สภาพการจราจรที่เข้าขั้นวิกฤตได้เปลี่ยนแปลงสภาพเศรษฐกิจและสังคมของประชาชนเป็นอย่างมาก ชีวิตประจำวันต้องสูญเสียเวลาไปกับการเดินทางโดยเฉลี่ยถึงวันละ 3 ชั่วโมง พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารของผู้บริโภคเปลี่ยนไป เวลาที่ใช้ในการรับรู้ข่าวสารภายในบ้านหรือที่ทำงานลดลง หากคำนวณเวลาที่เสียไปกับปัญหาการจราจรนับเป็นการสูญเสียทางเศรษฐกิจอย่างมหาศาล

จากปัญหาการจราจรที่เกิดขึ้นนี้เอง บริษัทที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับสื่อโฆษณากลางแจ้งพยายามสร้างโอกาสทางธุรกิจจากพื้นฐานปัญหาการจราจร ทางเลือกใหม่ของการสื่อสารข้อมูลให้เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย จึงอยู่ที่หยุดผู้บริโภคกลางท้องถนน ด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่ ทั้งจอแอลซีดี และแอลอีดี วิชั่น บอร์ด ซึ่งถือเป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ของบิลบอร์ด ซึ่งแต่ก่อนเป็นเพียงป้ายคัทเอาท์ ที่อูๆ ซาดชีวิตชีวา หันมาสร้างสรรค์ด้วยอิเล็กทรอนิกส์ บิลบอร์ด ให้ภาพเคลื่อนไหวแสงสีระยิบระยับ ตามสีแยกอ.ส.ม.ท. แยกถนนรามคำแหงจุดตัดถนนพระรามที่ 9 เป็นความพยายามของบริษัทสื่อโฆษณา ที่นำเสนอภาพสาระบันเทิงสลับกับการโฆษณาพร้อมข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ อาทิ รายงานข่าวการจราจร และอุณหภูมิตั้งหลายรูปแบบก็เพื่อสร้างความแปลกใหม่ ให้เป็นจุดรวมความสนใจของสายตาทูทุกคู่ที่มีโอกาสพบเห็น ช่วยเป็นสื่อถ่ายทอด ข้อมูลข่าวสารสาระต่างๆ ส่งตรงถึงผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพสร้าง “แบรนด์อะแวนเนส” ย้ำเตือนต่อผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อสินค้า นอกจากนี้ป้ายอิเล็กทรอนิกส์ บิลบอร์ด จะเป็นทางเลือกใหม่ในวงการโฆษณายุครัตติยชาติแล้ว อาจเพราะสื่อหลักราคามหาโหด รูปแบบเก่าของบิลบอร์ดธรรมดายังปรับเป็น “ไดรวีชั่น” โฆษณาครั้งเดียวถึง 3 ภาพเห็นได้รอบทิศทาง ประเภทนี้เหมาะที่จะตั้งทำเลริมถนนมากกว่า เพราะด้วยรูปลักษณะที่ใหญ่โตระยิบระยับ ถ้าติดตั้งในเมืองคงไม่เหมาะ

“แฟลบบอร์ด” เป็นอีกประเภทของบิลบอร์ดสมัยใหม่ มีให้เห็นที่แยกอโคกสุขุมวิท เป็นพิกเซลแผ่นสีนับพันชิ้น เรียงกันเป็นภาพโฆษณา และเปลี่ยนภาพโดยวิธีพลิกแผ่นสีเกิดเสียงดังสร้างจุดสนใจ

สื่อรูปแบบใหม่ที่มาสร้างปรากฏการณ์แควงการค้าปลีกในขณะนี้คือ “อินสโตร์ มาร์เก็ตติ้งมีเดีย” เป็นรูปแบบการบริหารสื่อในซูเปอร์มาร์เก็ต ที่นำมาใช้ในบ้านเราในขณะนี้ มีทั้งรูปแบบ “เซล์ฟ วิชั่น” เป็นสื่อโฆษณาติดชั้นวางสินค้า เพื่อกระตุ้นผู้บริโภค ณ จุดขาย ประคบติดตัวสินค้าตลอดเวลา เป็นโอกาสสุดท้ายที่จะทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย อีกรูปแบบเป็น “โมบาย บิลบอร์ด”

สื่อโฆษณาติดตะกร้าหรือรถเข็น เพื่อช่วงชิงความได้เปรียบก่อนคู่แข่ง เตือนความทรงจำผู้บริโภค
ทันทีที่เข้าร้านทั้ง 2 รูปแบบนี้ผูกขาดการเข้าห้างสรรพสินค้าโดย “แอมมีเดีย” นอกเหนือจากนี้มี
บางบริษัทที่พยายามนำเอาภาพโฆษณา 3 มิติ เข้ามาสร้างความฮือฮาแก่วงการโฆษณา เป็น
เทคโนโลยีภาพใหม่ล่าสุดจากสหรัฐอเมริกาโดย “นูโว กรุป” บริษัทฟรีเซนเดชันมาประสบการณ์
แต่พยายามหันมาเอาดีด้านสื่อ 3 มิติ สามารถผลิตได้ทั้งภาพ 3 มิติ และ “ไลต์ บ็อกซ์” กล่องไฟ
โฆษณา บางครั้งต้องการสร้างความยิ่งใหญ่ในการเปิดตัวสินค้าใหม่ จำต้องอาศัยสื่อรูปแบบ
แปลกๆ เช่น บอลลูนลอยฟ้าโฆษณาโครงการบ้านจัดสรรเปิดร้านสาขา หรือโฆษณาจุดขาย
พวกนี้ล้วนใช้ในวาระพิเศษทั้งนั้น จัดอยู่ในประเภท “มีเดียแฟนตาซี” สร้างความจดจำ และแสดง
ตำแหน่งที่ตั้งของธุรกิจ หรืองานแสดงมหกรรมสินค้า

ณ วันนี้หลายครั้งที่ผู้ผลิตมีสินค้าและงบประมาณที่ดี แต่ไม่ประสบความสำเร็จ บางรายสูญ
เงินไปกับการละลายงบบฯ ทางโทรทัศน์ โดยไม่มองว่าสินค้าเหมาะกับสื่อไหน บางครั้งต้องใช้บ
ประมาณมหาศาลกว่าผู้บริโภคจะรับรู้ แต่วันนี้มีทางเลือกใหม่มากมายสื่อตรงเฉพาะกลุ่มเป้
หมาย กลายเป็นว่าเมื่อสื่อหลักปรับราคา บวกกับปัญหาการจรรยา ทางเลือกของการโฆษณา
ย่อมปรับตัวตามสภาวะการ ขึ้นอยู่กับความคุ้มค่าแลงมาซึ่งความตื่นตาอันเร้าใจ แล้วใครที่เิน
อยากจะ “ดำน้ำพริกละลายแม่น้ำ”

ชำนาญกานหอสมุด