



บทนำ

สำนักหอสมุด

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การโฆษณา เป็นปัจจัยหนึ่งที่ได้รับการยอมรับว่ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งการโฆษณานั้นสามารถแบ่งออกได้เป็นหลายประเภท เช่น การโฆษณาทางโทรทัศน์ การโฆษณาทางวิทยุ การโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ การโฆษณาทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ซึ่งการโฆษณาเหล่านี้เรียกว่า การโฆษณาโดยใช้สื่อมวลชน (Mass media) โดยที่แต่ละประเภทเหล่านั้น ก็ยังสามารถแยกย่อยเพื่อที่จะนำมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่ต่างกันไป เช่น งบประมาณ ตัวสินค้า เป็นต้น

จากสภาพสังคมในปัจจุบันนี้ ทำให้มนุษย์ส่วนใหญ่ต้องทำงานมากขึ้น และมีเวลาพักผ่อนน้อยลง ซึ่งอาจจะหมายความว่า พวกเขาเหล่านั้น มีเวลารับสื่อต่างๆ เช่น ดูโทรทัศน์ ฟังวิทยุ อ่านหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร น้อยลง หรือ ถ้าพวกเขามีเวลาที่จะทำกิจกรรมเหล่านั้น แต่ก็อาจจะไม่ได้ให้ความสนใจกับการโฆษณาที่แฝงมาในสื่อที่เขาได้บริโภคอยู่เลย จากเหตุผลดังกล่าวนี้ จึงเป็นที่มาของการโฆษณาอีกรูปแบบหนึ่ง ที่สามารถสื่อสาร ข้อมูล ข่าวสารต่างๆ จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคได้โดยตรง นั่นคือ วิธีการโฆษณาโดยตรง (Direct response advertising) ซึ่งนักโฆษณาสามารถแบ่งแยกการใช้ตามสื่อโดยตรงที่ใช้ได้อีกหลายประเภท เช่น การโฆษณาโดยตรงทางสื่อโทรทัศน์ การโฆษณาโดยตรงทางสื่อนิตยสาร เป็นต้น

สำหรับสื่อโฆษณาโดยตรงทางไปรษณีย์ ซึ่งเป็นสื่อโฆษณาโดยตรงอีกประเภทหนึ่ง ที่นักการโฆษณาคิดค้นขึ้นเพื่อสื่อสารข้อมูล ข่าวสารต่างๆ จากผู้ส่งถึงผู้รับโดยตรง สื่อโฆษณาโดยตรงทางไปรษณีย์ เป็นสื่อที่สามารถช่วยลดงบประมาณ ค่าใช้จ่ายทางการตลาดที่เกิดจากการสูญเปล่า (Waste) เพราะไม่ทราบแน่ชัดว่าเป้าหมายอยู่ส่วนไหนของตลาดได้มากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงการโฆษณาโดยตรง และสื่อโฆษณาโดยตรงทางไปรษณีย์ โดยเป็นการศึกษาถึงข้อมูลด้านความหมายและความสัมพันธ์ระหว่างกันและกัน
2. เพื่อศึกษาถึงสื่อโฆษณาโดยตรงทางไปรษณีย์ โดยเน้นถึงลักษณะเด่น ประโยชน์และความเหมาะสมในการใช้สื่อโฆษณาโดยตรงทางไปรษณีย์
3. เพื่อศึกษาถึงยุทธวิธีการใช้สื่อโฆษณาโดยตรงทางไปรษณีย์อย่างมีประสิทธิภาพ จากตัวอย่างกรณีศึกษาของโครงการตาวิเศษ

ขอบเขตของการศึกษา

1. สารนิพนธ์ฉบับนี้ มุ่งศึกษาถึงลักษณะของการตลาดโดยตรงและการโฆษณาโดยตรง ในแง่ทฤษฎี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สื่อโฆษณาประเภท สื่อโฆษณาโดยตรงทางไปรษณีย์
2. สารนิพนธ์ฉบับนี้ยังมุ่งศึกษา การดำเนินงานของหน่วยงานตาวิเศษ โดยยกเป็นกรณีศึกษาเรื่อง “โครงการแยกเศษกระดาษ เพื่อชีวิตป่ากับตาวิเศษ” (Recycle paper with Magic Eyes)

วิธีการศึกษา

สารนิพนธ์ฉบับนี้ มีการศึกษาค้นคว้าข้อมูลตามแหล่งต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ค้นคว้ารวบรวมจากหนังสือตำราทางวิชาการภาษาไทย และภาษาอังกฤษที่มีความเกี่ยวข้องกับหัวข้อที่ทำการศึกษานี้
2. ศึกษาจากบทความ การบรรยายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่ทำการศึกษานี้
3. สอบถามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่ทำการศึกษา จากผู้ที่มีความรู้และมีความเชี่ยวชาญกับงานในด้านนี้
4. ศึกษาจากผลงานของบริษัท อินทิเกรเต็ด คอมมูนิเคชั่น จำกัด ที่ได้ทำสำเร็จเรียบร้อยแล้ว และศึกษาจากงานที่กำลังดำเนินอยู่

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นการรวบรวมรายละเอียดและข้อมูลของสื่อโฆษณา โดยตรงทางไปรษณีย์ ซึ่งเป็นสื่อหนึ่งที่ได้รับคามนิยมอย่างสูงของการตลาดโดยตรง

ผู้เขียน ได้ทำการศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลสำคัญๆต่างๆที่มีความเกี่ยวข้องกับหัวข้อที่ทำการศึกษา ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อประกอบการเขียนสารนิพนธ์ฉบับนี้และเพื่อให้ผู้อ่าน

1. ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างการตลาดโดยตรง การโฆษณาโดยตรง การใช้สื่อโดยตรงทางไปรษณีย์
2. ทราบถึงลักษณะเด่น ประโยชน์ และความเหมาะสมในการใช้สื่อโฆษณา โดยตรงทางไปรษณีย์
3. ทราบถึงยุทธวิธีการผลิตสื่อโฆษณาโดยตรงทางไปรษณีย์ของโครงการของสมาคมสร้างสรรค์ไทย อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ

และหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ข้อมูลต่างๆที่ได้ทำการค้นคว้ามาจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง สำหรับผู้ที่มีความสนใจในเรื่องสื่อโฆษณาโดยตรงทางไปรษณีย์ และสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาข้อมูลต่อไปได้