

บทคัดย่อ

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ การศึกษารูปแบบและวิธีการเล่าเรื่องโฆษณา Bumper Ads บน YouTube

ชื่อผู้เขียน นางสาว วรรณพร ศิลปสร

ชื่อปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการ)

ปีการศึกษา 2562

ปัจจุบันเป็นยุคของการแข่งขันการสร้างสรรคสินค้าและนวัตกรรมเพื่อตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา กระแสนิยมที่เปลี่ยนไปส่งผลให้ความต้องการของคนเปลี่ยนแปลงตาม จากสถานการณ์ดังกล่าวผู้บริโภคจึงมีผลประโยชน์ที่ได้รับจากตราสินค้าคือผู้บริโภคมีสินค้าให้เลือกหลากหลายและสามารถเลือกสินค้าที่ตนเองสนใจได้อย่างอิสระ ดังนั้นสินค้าและบริการจะต้องคำนึงถึงกลยุทธ์ที่สร้างการจดจำและสามารถต่อยอดถึงการเพิ่มรายได้ให้กับสินค้าหรือบริการ การทำโฆษณาจึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการสื่อสารของตราสินค้า และเนื่องจากพฤติกรรมของผู้ชมโฆษณาการเปลี่ยนไปจากเดิม การโฆษณาบนสื่อดั้งเดิมเพียงช่องทางเดียวอาจไม่เพียงพอต่อการสร้างการรับรู้และมีการพัฒนาสู่การทำโฆษณาบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมอย่าง YouTube ด้วยเหตุผลนี้ทำให้การสร้างสรรคโฆษณาต้องมีการปรับตัวตามเพื่อสร้างสรรคโฆษณาที่สามารถตอบสนองความต้องการและดึงดูดผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษานำเสนอหรือการเล่าเรื่องของโฆษณา รูปแบบกลวิธีการสร้างสรรคของเนื้อหาโฆษณา และการเลือกใช้อุปกรณ์ประกอบอื่น ๆ ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาสาร (Content Analysis) โดยลงรหัสวิเคราะห์เนื้อหา (Coding Sheet) ซึ่งแหล่งข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์วิจัยเนื้อหาผู้วิจัยรวบรวมโฆษณารูปแบบ Bumper Ads จากเว็บไซต์ YouTube ที่เผยแพร่ในปี 2019 และมียอดการรับชมจำนวน 10,000 ครั้งขึ้นไปจำนวน 60 ชิ้น

ผลการศึกษาพบว่า จากคลิปวิดีโอโฆษณารูปแบบ Bumper Ads จากเว็บไซต์ YouTube ส่วนใหญ่เป็นโฆษณาสินค้าอุปโภคบริโภค ได้แก่ กลุ่มสินค้าอาหาร กลุ่มสินค้าสุขภาพและความงาม กลุ่มสินค้าเครื่องดื่ม กลุ่มสินค้านยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้าและธนาคาร เป็นต้น ซึ่งจากการวิเคราะห์เนื้อหาพบว่าโฆษณา Bumper Ads นิยมใช้การนำเสนอหรือการเล่าเรื่องโดยใช้การสาธิตมากที่สุด เป็นการนำเสนอเพื่อให้เห็นถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความชัดเจน

มากขึ้น ช่วยกระตุ้นให้ผู้ชมจดจำคุณสมบัติและวิธีการใช้ของสินค้าได้ ส่วนกลวิธีการสร้างสรรค์ซึ่งแบ่งออกเป็น กลยุทธ์การสร้างสรรค์ การกำหนดโทนในโฆษณาและการใช้สิ่งจูงใจในโฆษณาพบว่าโฆษณารูปแบบ Bumper Ads นิยมใช้กลยุทธ์ในการสร้างสรรค์การกล่าวคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เป็นการกล่าวเพียงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อย่างตรงไปตรงมาโดยไม่มีการเปรียบเทียบสินค้ากับแบรนด์อื่น ๆ มีการกำหนดโทนการนำเสนอแบบมีเหตุมีผล ซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์ข้างต้นเพราะการนำเสนอแบบมีเหตุผลคือการนำข้อมูลกล่าวอ้างกล่าวอ้างนั้นจากลักษณะที่โดดเด่นของผลิตภัณฑ์ (Physical Attributes) ซึ่งเป็นเทคนิคที่สามารถดึงดูดผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีเลือกใช้สิ่งจูงใจด้านเหตุผลที่สื่อถึงความคุ้มค่า ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งยังพบการใช้องค์ประกอบอื่น ๆ เป็นตัวอักษรเพื่อทำให้โฆษณามีความสมบูรณ์และประสิทธิภาพในการดึงดูดผู้บริโภคได้มากขึ้นอีกด้วย

ABSTRACT

Title of the Independent Study	A Study of format and storytelling of Bumper Ads on YouTube
Author	Wannapon Sinlapason
Degree	Master of Art (Communication Art and Innovation)
Year	2019

In present day is a competitive period of a creative product and innovation for meeting the consumers' behaviour that will change all the time. A changing trend can lead to a changing of demand as well. Due to this situation, consumers have a lot of benefits which can receive from brands. For instance, consumers can choose various products and also choose brand products independently. Therefore, all products and services must focus on the strategy that use for making the consumer recognise a product and increase profits of products or services. One important strategy to present the brand is an advertisement. However, the viewers' behaviour has been changed, so advertising on traditional media may not be enough for viewers' awareness. These are the reasons for developing advertisements in online platforms and popular websites such as YouTube. For this reason, the creativity of advertising should be improved to meet consumer demands and attract consumers efficiently. This research is qualitative research that aimed to study the presentation and storytelling of advertisement. Also including the form of advertising creativity and the strategy to choose a composition in ads by using content analysis, based on the coding sheet. Sources of analysis were compiled by the researcher. The researcher collected the Bumper Ads that released in 2019 from YouTube website and these ads have been given a total view more than 10,000 times, in the amount of 60 pieces.

The study found mostly Bumper Ads video on YouTube is a consumer goods advertisement such as food product, health and beauty product, drink product, automobile product, mobile networks, and banks. After data analysis found, the most strategy to present the Bumper Ads on YouTube website is demonstrating. It is a presentation to show the quality of products that

causing consumers to clearly see product properties. Moreover, the benefit of this strategy is to motivate the viewers to recognise product quality and how to use the product at the same time. The strategy of creating consists of setting the tone and using incentives for ads. The researcher found the most widespread strategy that Bumper Ads used is the strategy of showing a product property, which is a straightforward description of the product quality without comparison with other brands. Furthermore, this strategy has set a tone of reasonable presentation which is accordance with the strategy above. Because the reasonable presentation uses the physical attributes that is an efficient technique to attract consumers. Likewise, this technique has chosen to use incentives reasoning that show product values and product benefits for meeting the demand of consumers. Lastly, the researcher also found the technique of using other compositions in the Text for making ads look completely and more competently to attract consumers.