

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- ชัชวาลย์ เพชรสุวรรณ. การสร้าง "คนเก่ง" ในภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ พ.ศ.
2533-2535 วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2536.
- ธงชัย ล้นติงษ์. การตลาดสำหรับนักบริหาร. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์
ไทยวัฒนาพานิช, 2534.
- ปรีญา วอนขอมพร และคณะ. หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์-
มหาวิทยาลัย, 2534.
- มาลี เครือจิดอนันต์. บทบาทของการรณรงค์โฆษณาในธุรกิจบ้านจัดสรร. วิทยานิพนธ์
ปริญญาวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2531.
- วิลาวัลย์ เอื้อบูรณานนท์. กลยุทธ์การส่งเสริมรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์และผู้ผลิตรายการในปี 2533. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. กลยุทธ์การตลาด กรณีศึกษา และตัวอย่างข้อมูลเพื่อการ
วิเคราะห์, กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา, 2535.
- ลิบอันดับ บริษัทข้ามชาติในไทย. นิตยสาร BOSS ฉบับที่ 36 (เมษายน 2538) :
หน้า 167-174.
- สุโขทัยธรรมธราช, มหาวิทยาลัย. หลักการโฆษณาประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร:
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธราช, 2529.
- _____. ธุรกิจการโฆษณา. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธราช,
2534.
- _____. การสร้างสรรค์และผลิตสิ่งโฆษณา. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย
สุโขทัยธรรมธราช, 2534.

- สุจิตรา รัตนกรกช. การวิเคราะห์ภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2519-2531. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- เสวี วงษ์มณฑา. กว่าจะเห็นเป็นโฆษณา. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ดอกหญ้า, 2534.
- อัจฉิมา เศรษฐบุตร และสายสวรรค์ วัฒนพานิช. การบริหารการตลาด. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2535.
- เอมอร ณรงค์. การใช้สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์เพื่อเปลี่ยนภาพพจน์ธนาคารทหารไทย (2517-2533). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

การสัมภาษณ์

- สุรัสวดี เชื้อชาติ. ซีเนียร์ก๊อปปีไรท์เตอร์ บริษัท ลีโอเบอร์เนทท์ จำกัด สัมภาษณ์, 1 ตุลาคม 2537.
- อัญชลี หวังวีระมิตร. หัวหน้าแผนกเสริมสร้างภาพพจน์ ฝ่ายประชาสัมพันธ์การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย สัมภาษณ์, 25 ตุลาคม 2537.
- ชนิษฐา ชนิษฐานนท์. ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์ บริษัท ลีโอเบอร์เนทท์ จำกัด สัมภาษณ์, 1 ตุลาคม 2537.

ภาษาอังกฤษ

- Hiebing , R.G. and Cooper , S.W. the Successful Marketing Plan
Illinois : A division of nte Publishing Group, 1997.
- Kotler, P. MARKET MANAGEMENT . 7th ed London : Prentice Hall
International Inc., 1991.
- Koter, P. Strategic Marketing for Nonprofit Organization
3 rd.ed.Englewood Cliffs : Prentice Hall International
Inc., 1976.

Mc. Carthy ,E.J. and Perreault , W.D. Basic Marketing.

Illinois : Irwin Homenood, 1984.

Oxenfeldt , A.R. and Swan , C. Management of the Advertising

Function. California : Wadsworth Publishing Company, 1964.




ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



เรื่องประกอบจากภาพยนตร์โฆษณาสถาบัน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บริษัท เซลล์
ผลิตภัณฑ์ สถานีบริการ
ชื่อเรื่อง ลิบล้อ
วันที่ 1 พฤษภาคม 2534

เพลง : พวกเราลิบล้อ ไม่เคยรอช้า
ทุกวันมุ่งหน้า ลินค้าเต็มคัน
จากเหนือจดใต้ พัฒนาชาติไทย
ขึ้นเขาลงห้วย หนทางใกล้ไกล
ลำบากแค่ไหน คอยช่วยเหลือกัน
อดทนสู้ไป จิตใจมุ่งมั่น
จากน้องมาไกล จิตใจหงอยเหงาน
มีป่ามีเขา แทนเจ้าทั้งกาย
ข้ามวันข้ามคืน แต่ยังไม่จวนใจ
เพราะเรามีเซลล์ อยู่ใกล้ตลอดกาล

ชาย : วางใจเมื่อใช้เซลล์

วัตถุประสงค์ เสริมสร้างความรู้สึที่ดี ระหว่างกลุ่มเป้าหมายและสถานีบริการเซลล์
กลุ่มเป้าหมาย ผู้ขับขี่รถบรรทุก
แนวความคิด ใช้วิถีชีวิตของผู้ขับขี่รถบรรทุกเป็นการดำเนินเรื่อง เพื่อให้เข้าถึงจิตใจ
กลุ่มเป้าหมาย โดยแทรกเรื่องของสถานีบริการที่เปิดบริการอยู่ทั่วประเทศ

บริษัท เชลล์
 ผลิตภัณฑ์ สถาบัน
 ชื่อเรื่อง เชลล์ 100ปี (60วินาที)
 วันที่ 1 มีนาคม 2535

เพลง : วันเวลาผ่านไป เราก้าวไปในเส้นทางเดียวกัน
 ภูมิใจ ยึดถือมั่น ก้าวไปด้วยกัน คู่กับความเป็นไทย
 100 ปี เชลล์คู่ไทย
 คู่ใจทุกเส้นทางวางใจได้ นำคุณภาพมาสู่ทุกสิ่ง
 ไม่หยุดนิ่ง ก้าวไปคู่ไทย 100 ปี
 เชลล์เชลล์ก้าวไป ก้าวไปคู่ไทย

ชาย : เชลล์ 100ปี ก้าวไปคู่ไทย

วัตถุประสงค์ เพื่อสร้างความรู้สึที่ดีระหว่างคนไทย และบริษัทเชลล์

กลุ่มเป้าหมาย ประชาชนคนไทยทั่วประเทศ

แนวความคิด เชลล์เป็นบริษัทน้ำมันที่เข้ามาดำเนินกิจการในประเทศไทย
 มาเป็นเวลาถึง 100ปี มาแล้ว โดยมีเป้าหมายเพื่อคุณภาพ
 และความเจริญก้าวหน้ามาสู่คนไทย

บริษัท เอส ไซ้
 ผลิตภัณฑ์ สถาบัน
 ชื่อเรื่อง ปลอดภัย (ม.ร.ว.คึกฤทธิ์) (45 วินาที)
 วันที่ 15 มกราคม 2533

ม.ร.ว. คึกฤทธิ์ : ทุกวันนี้ เราใช้รถใช้ถนนกันมากขึ้นนะครับ
 เพราะฉะนั้น เราก็ควรใช้ความระมัดระวังมากขึ้น
 รู้จักนึกถึงใจเขา ใจเราบ้าง
 เราก็จะได้ใช้ถนนร่วมกัน
 ด้วยความสะดวก ด้วยความปลอดภัย
 เพื่อชีวิตของเรา และชีวิตของคุณที่อยู่บนถนน

ชาย : เอส ไซ้ ห่วงใยทุกชีวิตบนท้องถนน

วัตถุประสงค์ เพื่อเสริมสร้างภาพพจน์ ของเอส ไซ้ ว่าเป็นองค์กร
 ที่ห่วงใยความปลอดภัย บนท้องถนน

กลุ่มเป้าหมาย เจ้าของ/ผู้ขับขี่รถยนต์ทั่วประเทศ

แนวความคิด จากแคมเปญรณรงค์ ความปลอดภัยบนท้องถนนชุดเดิมที่เตือนผู้ขับขี่รถให้
 ขับรถอย่าง ไม่คะนอง ไม่ประมาทโดยเปรียบเทียบขับเช่นนั้น เป็นการขับ
 ของเด็กที่ไม่มีความคิดชุด "ม.ร.ว.คึกฤทธิ์" นี้ต้องการเตือนให้ผู้ขับขี่รถ
 ขับรถ โดยคำนึงถึงผู้อื่น โดยเฉพาะผู้เดินถนน จึงใช้สุนัขเป็นตัวดำเนิน
 เรื่อง และใช้ ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ ซึ่งท่านเป็นผู้มีเมตตาต่อสุนัขเป็นผู้กล่าว
 เตือน เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความสนใจแก่กลุ่มเป้าหมาย

บริษัท	เอสโซ่
ผลิตภัณฑ์	สถาบัน
ชื่อเรื่อง	ลุงคำแก้ว (30 วินาที)
วันที่	1 พฤศจิกายน 2533
	ชาย : ลุงคำแก้ว เป็นพนักงานคนหนึ่งที่เอสโซ่ภูมิใจ ในความรับผิดชอบที่แกให้กับงาน เพราะการขนส่งน้ำมัน เป็นขั้นตอนที่สำคัญ ในการควบคุมคุณภาพ น้ำมันเอสโซ่ พลังใจจากเขาเหล่านี้แหละ คือส่วนหนึ่งของพลังสูงค่า สำหรับเจ้าของรถอย่างคุณ เอสโซ่ พิถี พิถัน เพื่อประกันคุณภาพ
วัตถุประสงค์	เพื่อเสริมสร้างภาพพจน์ ที่น่าเชื่อถือของเอสโซ่ ในการควบคุมคุณภาพน้ำมันทุกขั้นตอน
กลุ่มเป้าหมาย	ผู้ขับขี่/เจ้าของรถยนต์ทั่วประเทศ
แนวความคิด	เอสโซ่ เป็นบริษัทน้ำมัน ที่มีมาตรฐานในการควบคุมคุณภาพทุกขั้นตอน ตั้งแต่โรงกลั่น การขนส่ง สถานีน้ำมัน รวมถึงความสำคัญของบุคลากร ต่าง ๆ ของเอสโซ่ เพื่อประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้บริโภค แคมเปญโฆษณาชุดนี้ ประกอบด้วย <ul style="list-style-type: none"> - เรื่อง "โรงกลั่น" , - การควบคุมโรงกลั่นน้ำมัน "ลุงคำแก้ว" - การขนส่ง "สถานีน้ำมัน" - การตรวจเช็คคุณภาพที่สถานี "เติกปั้ม" - การอบรมเด็กบริการหน้าลาน

บริษัท เอสโซ่
 ผลิตภัณฑ์ สถาบัน
 ชื่อเรื่อง คูป่มือประหยัดน้ำมัน - ชุดบรรทุกของ (15 วินาที)
 วันที่ 16 มีนาคม 2534

ชาย : ของที่ไม่ใช้ไม่ควรเก็บไว้ในรถ
 เพราะน้ำหนักที่เกิน คือค่าใช้จ่ายที่เพิ่มตาม
 รู้ซับ รู้ใช้ ประหยัดได้กับเอสโซ่
 รับคูป่มือประหยัดน้ำมัน
 จากสถานีบริการเอสโซ่ใกล้บ้าน

วัตถุประสงค์ เสริมสร้างภาพพจน์ที่ดี ของเอสโซ่
 ในแง่ช่วยรณรงค์เผยแพร่ความรู้ในการประหยัดน้ำมัน

กลุ่มเป้าหมาย ผู้ขับขี่รถยนต์ทั่วประเทศ

แนวความคิด จัดทำหนังสือคูป่มือประหยัดน้ำมัน
 ซึ่งรวบรวมเกร็ดความรู้ในการซับซี้ และดูแลเครื่องยนต์
 เพื่อช่วยประหยัดน้ำมัน
 ใช้แจกฟรีแก่ผู้ขับขี่รถยนต์ ที่ใช้บริการจากปั้มเอสโซ่

บริษัท เอสโซ่
 ผลิตภัณฑ์ สถาบัน
 ชื่อเรื่อง คู่มือประหยัดน้ำมัน - ชุดเช็คลมยาง (15 วินาที)
 วันที่ 10 เมษายน 2534

ชาย : ตรวจเช็คลมยางเป็นประจำ
 จะช่วยลดน้ำมัน
 รู้ขับ รู้ใช้ ประหยัดได้กับเอสโซ่
 รับคู่มือประหยัดน้ำมัน
 จากสถานีบริการเอสโซ่ใกล้บ้าน

วัตถุประสงค์ เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ของเอสโซ่
 ในแง่ช่วยรณรงค์เผยแพร่ความรู้ในการประหยัดน้ำมัน

กลุ่มเป้าหมาย ผู้ขับขี่รถยนต์ทั่วประเทศ

แนวความคิด จัดทำหนังสือคู่มือประหยัดน้ำมัน
 ซึ่งรวบรวมเกร็ดความรู้ในการขับขี่ และดูแลเครื่องยนต์
 เพื่อช่วยประหยัดน้ำมัน
 แจกฟรีแก่ผู้ขับขี่รถยนต์ ที่ใช้บริการจากปั๊มเอสโซ่

บริษัท เอสโซ่
 ผลิตภัณฑ์ สถาบัน
 ชื่อเรื่อง คู่มือประหยัดน้ำมัน - ชุดความเร็ว (15 วินาที)
 วันที่ 25 เมษายน 2534

ชาย : ไม่เร่ง แรง ชับเร็ว
 เพราะจะทำให้คุณใช้น้ำมันโดยเปล่าประโยชน์
 รู้ขับ รู้ใช้ ประหยัดได้กับเอสโซ่
 รับคู่มือประหยัดน้ำมัน
 จากสถานีบริการเอสโซ่ใกล้บ้าน

วัตถุประสงค์ เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ของเอสโซ่
 ในแง่ช่วยรณรงค์เผยแพร่ความรู้ในการประหยัดน้ำมัน

กลุ่มเป้าหมาย ผู้ขับขี่รถยนต์ทั่วประเทศ

แนวความคิด จัดทำหนังสือคู่มือประหยัดน้ำมัน
 ซึ่งรวบรวมเกร็ดความรู้ในการขับขี่ และดูแลเครื่องยนต์
 เพื่อช่วยประหยัดน้ำมัน
 ใช้แจกฟรีแก่ผู้ขับขี่รถยนต์ ที่ใช้บริการจากปั๊มเอสโซ่

บริษัท คาลเท็กซ์
 ผลิตภัณฑ์ น้ำมันคาลเท็กซ์
 ชื่อเรื่อง ศูนย์การแพทย์สิริกิติ์ (30 วินาที)
 วันที่ 3 พฤษภาคม 2532

โฆษก ชาย : ศูนย์การแพทย์สิริกิติ์ ความหวังใหม่ของวงการแพทย์ไทย
 ชาย : ที่นี่จะมีเครื่องมือทันสมัยที่สุดแห่งหนึ่ง
 และช่วยให้เรารักษาได้ ครบวงจร
 ชาย : ผมก็มีโอกาสหายชิครับ
 หญิง : พวกหมอมจะได้ใช้เป็นศูนย์ศึกษาต่อเนื่องเฉพาะทางด้วย
 ชาย : บางโรคที่เมืองไทยยังรักษาไม่หาย ก็กลายเป็นเรื่องง่าย
 หญิง : มีหวังแล้วหละลูก
 โฆษก ชาย : วันนี้ คุณมีส่วนช่วยสร้างความหวังให้เป็นจริงขึ้นอีกทาง
 ด้วยการเติมคาลเท็กซ์ ทุก 1 ลิตร คุณได้บริจาค 3 สตางค์
 สร้างศูนย์การแพทย์สิริกิติ์ เป็นจริงเร็ววัน ด้วยทุกคนช่วยกัน

วัตถุประสงค์ เสริมสร้างภาพลักษณ์ของคาลเท็กซ์ ในแง่เป็นบริษัทที่ช่วยเหลือสังคม

กลุ่มเป้าหมาย ผู้ขับขี่ / เจ้าของรถยนต์

แนวความคิด ใช้ตัวแสดงเป็นบุคคลต่าง ๆ เช่น หมอ, คนไข้ มาให้ทัศนคติเกี่ยวกับ
 ความสำคัญของศูนย์การแพทย์สิริกิติ์ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายศรัทธาในตัว
 ของศูนย์การแพทย์ฯแห่งนี้ และเพียงเติมน้ำมันคาลเท็กซ์ก็ช่วยบริจาค
 สมทบทุนได้

บริษัท คาลเท็กซ์
 ผลิตภัณฑ์ น้ำมันคาลเท็กซ์
 ชื่อเรื่อง ศูนย์การแพทย์สิริกิติ์ (30 วินาที)
 วันที่ 30 มิถุนายน 2532

หญิง : วันนี้ใครไม่ได้ละซิ ถึงมีเวลาส่งป่าไปวัด

หนุ่ม ๆ อย่างหลานเนียนะ

วัน ๆ หนึ่ง อย่างซึ่งให้มากนัก

หาโอกาสทำบุญกุศลชะบ้างซี

โฆษก ชาย : วันนี้ใคร ๆ ตั้งใจแวะปั๊มคาลเท็กซ์ เพราะรู้ว่า

เมื่อเติมน้ำมันทุก 1 ลิตร ในราคาปกติเท่ากับได้บริจาค

3 สตางค์ ร่วมสร้างศูนย์การแพทย์สิริกิติ์

ถึง 31 กรกฎาคมนี้

ชาย : ทำไม คุณป่าเงียบไปละครับ

วัตถุประสงค์ สร้างเสริมภาพลักษณ์ของคาลเท็กซ์ในแง่เป็นบริษัทที่ช่วยเหลือสังคม

กลุ่มเป้าหมาย ผู้ขับขี่ / เจ้าของรถยนต์ โดยเฉพาะผู้ชาย

แนวความคิด กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย ที่คนทั่วไปอาจคิดว่าไม่ค่อยมีโอกาสทำบุญทำกุศลเท่าไร แต่ในความเป็นจริง เขาสามารถทำบุญได้ง่ายโดยเติมน้ำมันคาลเท็กซ์ช่วงนี้ ร่วมสมทบทุนสร้างศูนย์การแพทย์สิริกิติ์

บริษัท ปตท.
 ผลิตภัณฑ์ สถาบัน
 ชื่อเรื่อง ขอบคุณ (45 วินาที)
 วันที่ 1 พฤศจิกายน 2532

ชาย : ไม่ว่าจะรู้หรือไม่ก็ตาม คุณมีส่วนช่วยประเทศของเรา
 ให้มีความมั่นคงมากขึ้น ทางด้านพลังงาน
 วันนี้เรามีคลังพลังงานสำรองอยู่ในทุกภาค
 มีการวางท่อก๊าซ เพื่อผลิตกระแสไฟฟ้า
 ทรัพยากรของเราได้รับการดูแล และนำไปใช้อย่างคุ้มค่า
 เรามีอนาคต เราพึ่งพาตัวเองได้มากขึ้น อุ่นใจได้มากขึ้น
 ถ้าไม่มีความเชื่อมั่นของคนไทยทุกคน คงยากที่จะมีวันนี้

วัตถุประสงค์ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของ ปตท. ในฐานะองค์กรของรัฐ
 ที่มีหน้าที่รับผิดชอบด้านความมั่นคงทางพลังงานของประเทศ

กลุ่มเป้าหมาย คนไทยทั่วประเทศ
 - ผู้ขับขี่ รถทุกประเภท
 - แม่บ้าน (ที่ใช้ก๊าซหุงต้ม)

แนวความคิด เพื่อเป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างปตท. (บริษัทน้ำมันของคนไทย)
 และประชาชนคนไทย ที่มีส่วนช่วยสนับสนุน ปตท. ทำให้ ปตท. พัฒนาเติบโต
 มากขึ้นและมีส่วนช่วยนำความเจริญก้าวหน้ากลับมาสู่ประชาชนชาวไทย
 ทั้งประเทศ

บริษัท ปตท.
 ผลิตภัณฑ์ สถาบัน
 ชื่อเรื่อง ต้นไม้ (15 วินาที)
 วันที่ 18 เมษายน 2534

ชาย : ก๊าซพิษในอากาศวันนี้มีปริมาณถึง 3000 กว่าตัน
 ลดมลพิษในอากาศด้วยการไม่ทำลายต้นไม้
 วันนี้ คุณทำอะไรดี ๆ เพื่อสภาพแวดล้อมแล้วหรือยัง

วัตถุประสงค์ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของ ปตท. ในฐานะองค์กรไทยที่ห่วงใย
 สภาพแวดล้อมของประเทศ เพื่อกระตุ้นประชาชนคนไทยให้หันมาช่วย
 กันรักษาสภาพแวดล้อม

กลุ่มเป้าหมาย ประชาชนคนไทยทั่วประเทศ

แนวความคิด ปัจจุบัน ปัญหาสภาพแวดล้อมเพิ่มความรุนแรงมากขึ้น
 ปตท. ในฐานะคนไทยจึงรณรงค์ให้ทุก ๆ ฝ่ายตระหนักถึงปัญหา
 และหันมาช่วยกันแก้ไข เพราะคนไทยทุกคนสามารถมีส่วนร่วมใน
 การแก้ปัญหาได้ด้วยวิธีต่าง ๆ หลายวิธี

บริษัท ปตท.
 ผลิตภัณฑ์ สถาบัน
 ชื่อเรื่อง ควันพิษ (15 วินาที)
 วันที่ 1 เมษายน 2534

ชาย : รถที่ปล่อยควันพิษบนท้องถนนวันนี้มีถึง 7 ล้านกว่าคัน
 ช่วยลดมลพิษในอากาศ ด้วยการตรวจสอบสภาพเครื่องยนต์เป็นประจำ
 วันนี้ คุณทำอะไรดี ๆ เพื่อสภาพแวดล้อมแล้วหรือยัง

วัตถุประสงค์ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของ ปตท. ในฐานะองค์กรไทยที่ห่วงใย
 สภาพแวดล้อมของประเทศ เพื่อกระตุ้นประชาชนคนไทยให้หันมา
 ช่วยกันรักษาสภาพแวดล้อม

กลุ่มเป้าหมาย ประชาชนคนไทยทั่วประเทศ

แนวความคิด ปัจจุบัน ปัญหาสภาพแวดล้อมเพิ่มความรุนแรงมากขึ้น
 ปตท. ในฐานะคนไทยจึงรณรงค์ให้ทุก ๆ ฝ่ายตระหนักถึงปัญหา
 และหันมาช่วยกันแก้ไข เพราะคนไทยทุกคนสามารถมีส่วนร่วมใน
 การแก้ปัญหาได้ด้วยวิธีต่าง ๆ หลายวิธี

บริษัท ปตท.
 ผลิตภัณฑ์ สถาบัน
 ชื่อเรื่อง เสียง (15 วินาที)
 วันที่ 1 เมษายน 2534

ชาย : บนถนนวันนี้ มีรถ 1,400,000 กว่าคัน
 งดปรับแต่งท่อไอเสีย ลดมลภาวะทางเสียง
 วันนี้ คุณทำอะไรดี ๆ เพื่อสภาพแวดล้อมแล้วหรือยัง

วัตถุประสงค์ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของ ปตท. ในฐานะองค์กรไทยที่ห่วงใย
 สภาพแวดล้อม เพื่อกระตุ้นประชาชนคนไทยให้หันมาช่วยกันรักษา
 สภาพแวดล้อม

กลุ่มเป้าหมาย ประชาชนคนไทยทั่วประเทศ

แนวความคิด ปัจจุบัน ปัญหาสภาพแวดล้อมเพิ่มความรุนแรงมากขึ้น
 ปตท. ในฐานะคนไทยจึงรณรงค์ให้ทุก ๆ ฝ่ายตระหนักถึงปัญหา
 และหันมาช่วยกันแก้ไข เพราะคนไทยทุกคนสามารถมีส่วนร่วมใน
 การแก้ปัญหาได้ด้วยวิธีต่าง ๆ หลายวิธี


บริษัท ปตท.
 ผลิตภัณฑ์ สถาบัน
 ชื่อเรื่อง ถวายพระพร (30 วินาที)
 วันที่ 22 กรกฎาคม 2535

ชาย : ครั้งหนึ่ง ไม่มีต้นไม้ขึ้นได้ที่ดินที่นี้
 ไม่มีน้ำสักหยดในลำธารแห่งนี้
 แต่ด้วยน้ำพระทัยสมเด็จพระนางเจ้า สิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ
 วันนี แผ่นดินจึงพลิกฟื้นให้ทุกชีวิตอยู่เย็น
 เจริญพระชนมพรรษา 5 รอบปีนี้ ปตท.และคนไทย
 ขอถวายพระพรจากหัวใจ ทั้ง 57ล้านดวง

วัตถุประสงค์ เพื่อถวายพระพรสมเด็จพระนางเจ้า สิริกิติ์
 เนื่องในวโรกาสเฉลิมพระชนมพรรษาครบ 5 รอบ

กลุ่มเป้าหมาย ประชาชนคนไทยทั่วประเทศ

แนวความคิด ปัจจุบัน ปัญหาสภาพแวดล้อมเพิ่มความรุนแรงมากขึ้น
 ปตท. ในฐานะคนไทยจึงรณรงค์ให้ทุก ๆ ฝ่ายตระหนักถึงปัญหา
 และหันมาช่วยกันแก้ไข เพราะคนไทยทุกคนสามารถมีส่วนร่วมใน
 การแก้ปัญหาได้ด้วยวิธีต่าง ๆ หลายวิธี



เนื้อเรื่องและภาพประกอบภาพยนตร์ โฆษณาผลิตภัณฑ์เบนซิน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บริษัท ปตท.
 ผลิตภัณฑ์ น้ำมัน ปตท.
 ชื่อเรื่อง เด็กยากไร้ (30 วินาที)
 วันที่ 27 พฤษภาคม 2535

ชาย : เด็กป่วยยากไร้ มีเพิ่มขึ้นทุกปี
 ขณะที่เตียงพยาบาลยังเท่าเดิม
 ชุมชนแออัดของเด็กป่วยจึงเกิดขึ้น
 ดึกสงก. เณลิมพระเกียรติสมเด็จพระบรมราชินีนาถ
 คือความหวังของพวกเขา
 มาช่วยเติม 30 ล้านบาทให้เต็ม เพื่อสมทบทุนสร้างตึก สก.
 ด้วยการเติมน้ำมัน ปตท. วันนี้
 เพราะชีวิตเล็ก ๆ อาจรอไม่ได้ถึงพรุ่งนี้

วัตถุประสงค์ เพื่อเชิญชวนให้ผู้ซบซี้ ทันมาเติมน้ำมัน ปตท. เพื่อมีส่วนร่วม สมทบทุน
 สร้างตึก สก. เพื่อถวายเป็นพระราชกุศล แต่สมเด็จพระนางเจ้าฯ
 พระบรมราชินีนาถในวโรกาสพระชนมายุครบ 60 พรรษา

กลุ่มเป้าหมาย ผู้ซบซี้/เจ้าของรถยนต์ทุกประเภท

แนวความคิด เป็นการเชิญชวนให้ผู้ใช้น้ำมัน ปตท. เพื่อมีส่วนร่วมสมทบทุนสร้างตึก
 สก. ซึ่งเป็นตึกที่สร้างขึ้นเพื่อทดแทนตึกกุมารเวชปัจจุบัน ซึ่งรับรักษา
 ผู้ป่วยที่เป็นเด็กยากไร้ ที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทุกปี แต่สถานที่ไม่เพียงพอ
 จึงกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดความสงสาร และร่วมสมทบทุนสร้างตึก สก.
 เพื่อเป็นสถานพยาบาลให้แก่พวกเขา

บริษัท ปตท.
 ผลิตภัณฑ์ พีทีทีไฮ-ออกเทน
 ชื่อเรื่อง ข้อเท็จจริง (60 วินาที)
 วันที่ 7 กรกฎาคม 2532

ชาย : ปตท. เป็นผู้ริเริ่มลดสารตะกั่วในเบนซิน พีทีทีไฮ-ออกเทน
 ร้อยละ 1-7 และช่วยลดก๊าซพิษ คาร์บอนมอนนอกไซด์ได้ถึง
 ร้อยละ 40 เพื่อให้คนไทย หายใจได้ทั่วท้องขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อชี้แจงข้อเท็จจริงให้กลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไปได้ทราบว่า มลภาวะในอากาศ ส่วนหนึ่งที่เกิดจากไอเสียของรถยนต์นั้น ไม่ได้เกิดจากควันดำเพียงอย่างเดียว อย่างที่เข้าใจกัน หากแต่เกิดจากสารตะกั่วที่ผสมอยู่ในน้ำมันเบนซิน ที่ใช้เติมรถกันอยู่ทั่ว ๆ ไปด้วย
2. เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไปได้ทราบว่า ปตท. เป็นบริษัทน้ำมันแห่งแรกที่เป็นผู้ริเริ่มลดค่าสารตะกั่วในเบนซิน พีทีทีไฮ-ออกเทน ซึ่งนอกจากจะลดค่าสารตะกั่วลงได้ร้อยละ 7 แล้ว ยังมีผลทางอ้อมที่ช่วยให้สามารถลดก๊าซพิษ คาร์บอนมอนนอกไซด์ จากท่อไอเสียลงไปได้ถึงร้อยละ 40 อีกด้วย เป็นการช่วยลดมลภาวะให้กับอากาศซึ่งเป็นผลดีกับประชาชนคนไทยโดยรวม
3. เพื่อชักชวนให้กลุ่มเป้าหมายใช้ เบนซิน พีทีทีไฮ-ออกเทน เพื่อช่วยลดมลภาวะในอากาศ
4. เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับ ปตท. ในด้านของการเป็นบริษัทผู้ผลิตน้ำมันที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมไทย

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ขับขี่ / เจ้าของรถยนต์

แนวความคิด

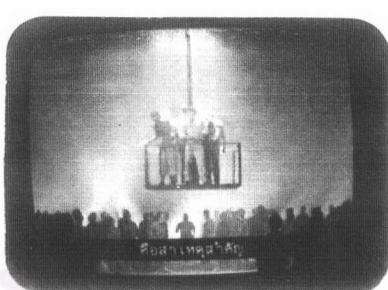
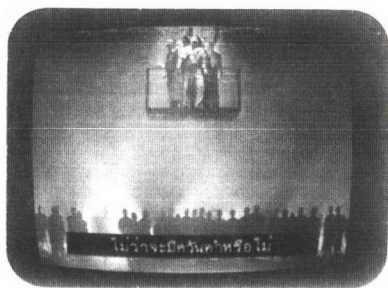
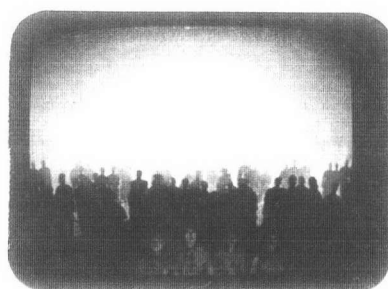
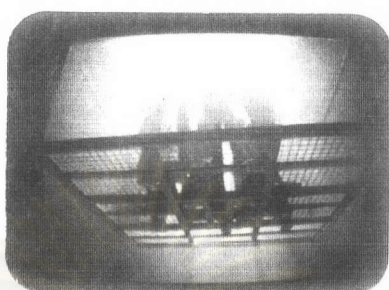
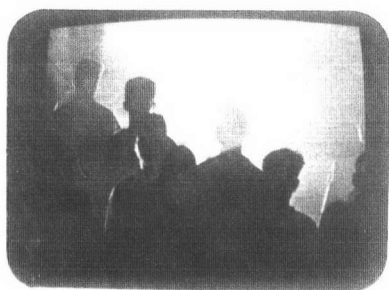
ใช้เหตุการณ์สมมุติเพื่อชี้ให้เห็นว่าผู้ใช้รถทุกคนต่างก็มีส่วนที่ทำให้เกิดมลภาวะ ในอากาศไม่ว่ารถคันนั้นจะเป็นรถซีซีน้อย ซีซีมาก รถใหม่ รถเก่า รถที่มีควันดำหรือไม่มีควันดำก็ตาม

คนส่วนใหญ่ไม่เคยทราบข้อเท็จจริงว่ารถที่ตนขับทำให้เกิดมลภาวะ ในอากาศได้อย่างไรจึงเป็นการให้ข้อเท็จจริงว่ารถทุกคันมีส่วนทำให้อากาศเป็นพิษ เนื่องจากสารตะกั่วที่ผสมอยู่ในน้ำมัน และ ปตท. เป็นบริษัทน้ำมันแห่งแรกที่เป็นผู้ริเริ่มลดค่าสารตะกั่วในน้ำมัน

เบนซิน พีทีทีไฮ - ออกเทนลงถึงร้อยละ 7 และสามารถลดก๊าซพิษ คาร์บอนมอนนอกไซด์จากท่อไอเสียลงได้ถึงร้อยละ 40



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปตท. เป็นผู้ร่วมลดสารตะกั่ว
ในเบนซิน ซีพีที ไฮ-ออกเทน ลงถึง
และช่วยลดกำมะถัน

และช่วยลดกำมะถัน
การเบนเบนเบนเบนเบน 402
เปิดใหม่ใหม่ พาทไปได้หัวห้องใหม่

เพื่อใช้แทนใหม่ พาทไปได้หัวห้องใหม่
เปิดใหม่ใหม่ พาทไปได้หัวห้องใหม่
เปิด. พลาไทย เพื่อไทย

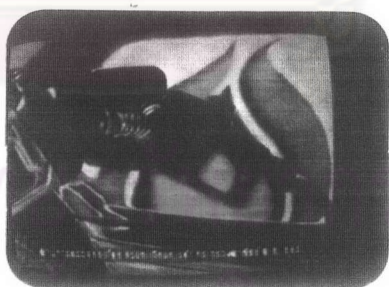
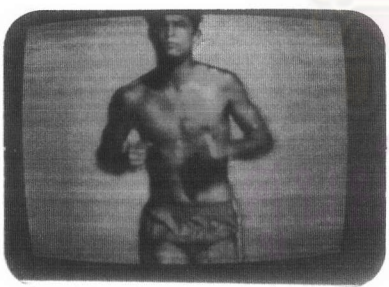
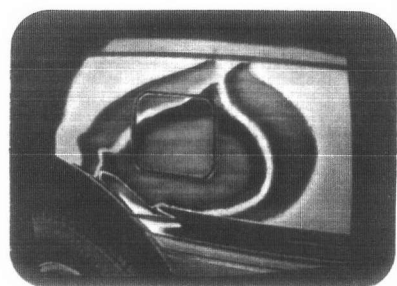
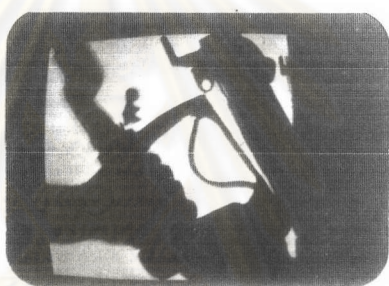
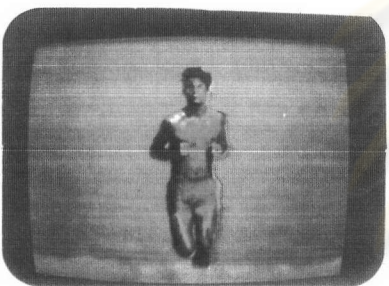
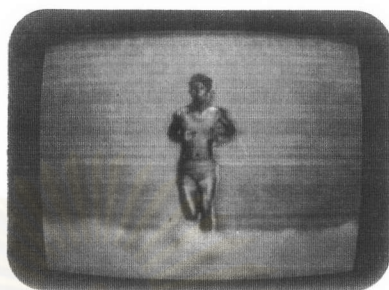
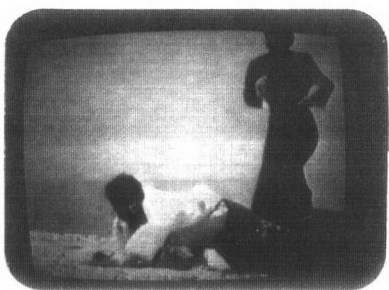
บริษัท ปตท.
 ผลิตภัณฑ์ พีทีทีไฮ-ออกเทน
 ชื่อเรื่อง พลัง (45 วินาที)
 วันที่ 17 พฤษภาคม 2533

ชาย : เพื่อความแตกต่าง อย่างชัดเจน
 ปตท. เพิ่มค่าออกเทนให้สูงสุดถึง 97 ในพีทีทีไฮ-ออกเทน ทุกหยด
 เพื่อให้เครื่องยนต์ ทำงานเต็มพลัง เต็มประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ เพื่อตอกย้ำความเชื่อมั่นในคุณภาพของ พีทีทีไฮ-ออกเทน
 ที่มีค่าออกเทนสูงสุด

กลุ่มเป้าหมาย ผู้ขับขี่/เจ้าของรถยนต์ทุกประเภท

แนวความคิด แนวทางการโฆษณาเป็นแบบเซอร์เรียลลิสติก (เหนือจริง)
 ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของงานโฆษณา พีทีทีไฮ-ออกเทน โดยสื่อให้เห็น
 ถึงพลังที่เหนือกว่า ซึ่งใช้การเปรียบเทียบกับผู้ที่มีพลังงานกำลังที่
 เหนือกว่า ย่อมวิ่งได้เร็วในช่วงจังหวะสม่ำเสมอ ผู้ที่มีพลังต่อยกว่า
 จะไปได้ช้า ถูกทิ้งไว้ข้างหลัง หรือมีอุปสรรคต้องหยุดหรือล้มไป
 เช่นเดียวกับรถยนต์นั่นเอง



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บริษัท ปตท.

ผลิตภัณฑ์ พีทีทีไฮ-ออกเทนไร้สารตะกั่ว

ชื่อเรื่อง วันเกิด (45 วินาที)

วันที่ 16 มีนาคม 2534

ชาย : วันนี้ ประเทศไทยของเรามีรถอยู่ 7 ล้านกว่าคัน
กว่าเด็กชายนั้นจะโตพอที่จะทำไบซ์ซี่ได้
วันนั้นท้องถนนคงเต็มไปด้วยอากาศเป็นพิษ จากรถที่เพิ่มขึ้น
หลายเท่าขณะที่สถิติทุกอย่างเพิ่มขึ้น เรา ปตท. ตั้งใจที่จะลด
มลภาวะ โดยพัฒนาให้มีผลิตภัณฑ์ที่สะอาด มีประสิทธิภาพและปลอดภัย
สุขสันต์วันเกิดนะ นัท...

วัตถุประสงค์

เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายตระหนักถึงปัญหามลพิษบนท้องถนน
และหันมาแก้ไข โดยใช้ พีทีทีไฮ-ออกเทน ไร้สารตะกั่ว เพื่อ
เสริมสร้างภาพพจน์ของ ปตท. ในฐานะองค์กรของคนไทยที่ห่วงใย
และมุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และไม่ทำลายสภาพแวดล้อม

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ขับขี่/หรือเจ้าของรถยนต์ ทั่วประเทศ

ชาย / หญิง อายุ 25- 40 ปี

แนวความคิด

เป็นการแสดงความห่วงใย ในปัญหาสภาพแวดล้อม ปตท.

จึงมุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและไม่ทำลายสภาพแวดล้อม

นอกจากนี้ ในภาพยนตร์ชุดนี้ยังต้องการสื่อให้เห็นว่า ไม่เพียงแต่

ความห่วงใยต่อปัญหาสภาพแวดล้อมเท่านั้น แต่ ปตท. ยังสนใจ

และห่วงใยต่อเด็กตัวเล็ก ๆ คนหนึ่งด้วย

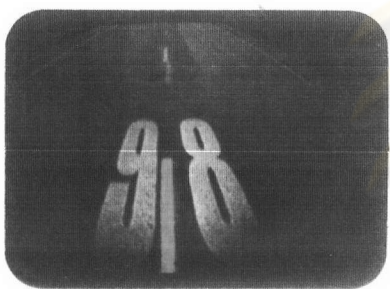
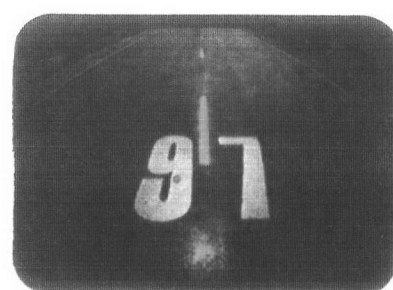
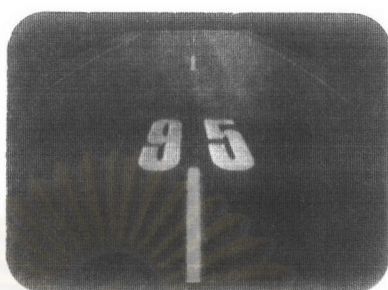
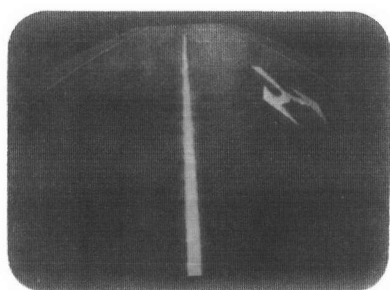
บริษัท ปตท.
 ผลิตภัณฑ์ พีทีทีเพอร์ฟอร์มา 98
 ชื่อเรื่อง ถนน (15 วินาที)
 วันที่ 26 กันยายน 2535

ชาย : เร่งสู้พิกัด ความแรงสูงสุด
 ค่าออกแทน 98
 พีทีทีเพอร์ฟอร์มา 98
 ไร้สารตะกั่วสูตรเร่งพลัง จากปตท.

วัตถุประสงค์ แนะนำผลิตภัณฑ์ไร้สารตะกั่ว พีทีทีเพอร์ฟอร์มา 98
 ที่ให้ความแรงสูงสุด

กลุ่มเป้าหมาย ผู้ขับขี่รถยนต์

แนวความคิด ใช้ภาพถนนมองเห็นรถที่เร่งเครื่องและค่อย ๆ เพิ่มความเร็วเมื่อ
 ผ่านตัวเลข 98 บนพื้นถนนความเร็วของรถจะยิ่งสูงขึ้นเพื่อประกาศ
 ถึงค่าออกแทนที่สูงสุดถึง 98 ในพีทีทีเพอร์ฟอร์มา 98 เบนซิน
 ไร้สารตะกั่วสูตรใหม่ ที่ให้พลังเร่งแรงที่เหนือกว่า



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บริษัท ปตท.
 ผลิตภัณฑ์ พีทีทีเพอร์ฟอร์มา 98
 ชื่อเรื่อง "PERFORMANCE" - สมรรถนะ (45 วินาที)
 วันที่ 5 ตุลาคม 2535

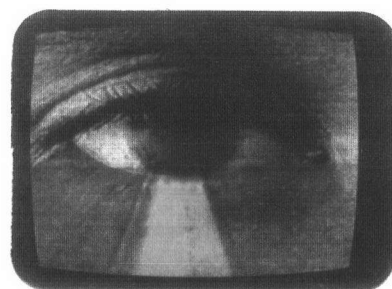
ชาย : พีทีทีเพอร์ฟอร์มา 98
 แรงด้วยค่าออกเทนสูงถึง 98
 แรงด้วยสาร เร่งพลัง ZA 9576
 แรงไปอีกชั้น พีทีทีเพอร์ฟอร์มา 98
 ไร้สารตะกั่ว สูตรเร่งพลัง
 พลังแรง แข็งพิกัด

วัตถุประสงค์ เสริมสร้างภาพพจน์ของ ปตท. ด้านความเป็นผู้นำผลิตภัณฑ์คุณภาพ
 สร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพของน้ำมัน ไร้สารตะกั่ว พีทีที
 เพอร์ฟอร์มา 98 ที่ให้ความแรงแก่เครื่องยนต์

กลุ่มเป้าหมาย ผู้ขับขี่รถยนต์ ทั้งที่เคยใช้ และไม่ได้ใช้ น้ำมัน ไร้สารตะกั่ว

แนวความคิด เป็นการแสดงให้เห็นถึง สมรรถนะของเครื่องยนต์ ที่ใช้น้ำมัน
 ไร้สารตะกั่ว พีทีทีเพอร์ฟอร์มา 98 ที่เร่งได้ในทุกสภาวะ
 เพื่อสร้างภาพลักษณ์ด้านผู้นำคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และสร้างความ
 น่าเชื่อถือ โดยเฉพาะในกลุ่มที่ไม่ใช้น้ำมัน ไร้สารตะกั่ว เพราะ
 คิดว่าจะไม่ให้พลังแก่เครื่องยนต์เทียบเท่า น้ำมันที่มีสารตะกั่ว

จากพื้นที่
เร่งพลังให้กับ
ตัวรอดทน

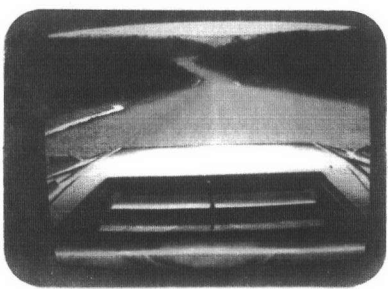
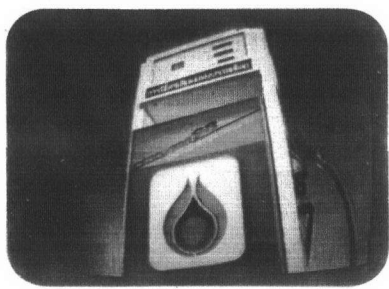


จากพื้นที่เร่ง
ตัวรอดทน
จนสูงสุด



เร่งสู่
พิภพความแรงใหม่
วันนี้

ไร้สารตะกั่ว
PTT
PERFORMA 98
สุดเร่งพลัง



PTT
PERFORMA 98
พลังแรง สดชื่น
พลังแรง สดชื่น

บริษัท เซลล์
 ผลิตภัณฑ์ เซลล์ ฟอรั่มล่า 9404
 ชื่อเรื่อง สูตรใหม่ (15 วินาที)
 วันที่ กันยายน 2530

ชาย : ถึงเวลาแล้วที่จะพลิกประวัติศาสตร์ของน้ำมัน
 การจุดระเบิดที่ไม่สมบูรณ์แบบนี้ กำลังจะหมดไป
 คุณเตรียมพร้อมแล้วหรือยัง

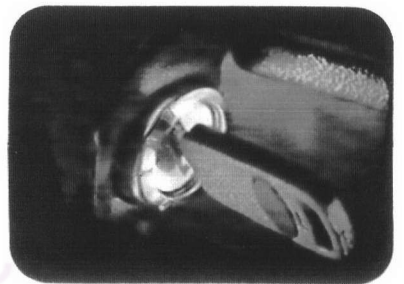
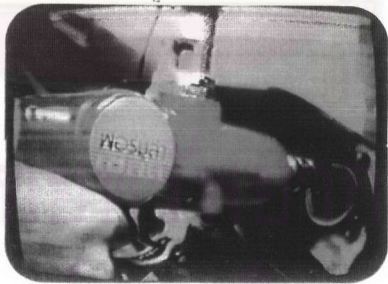
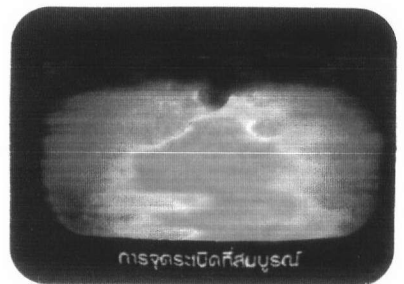
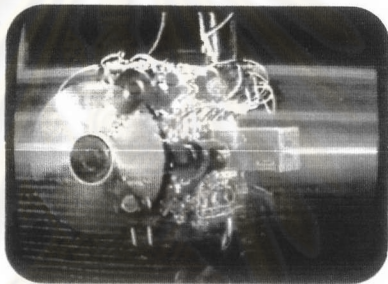
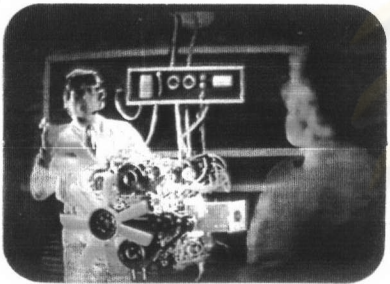
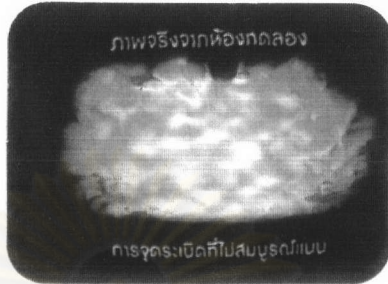
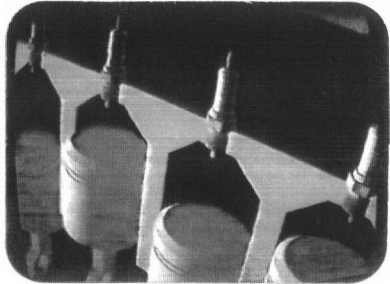
ชื่อเรื่อง SPARK AIDER (60 วินาที)
 วันที่ กันยายน 2530

ชาย : ปีนี้เทคโนโลยีอันยิ่งใหญ่ และก้าวไกลเรื่องยานยนต์ มาจากการ
 พัฒนาคุณภาพน้ำมัน น้ำมันที่มีคุณสมบัติเป็น SPARK AIDER
 ซึ่งปฏิวัติการจุดระเบิดของหัวเทียนแต่ละครั้งให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
 สร้างพลังให้เครื่องยนต์อย่างเต็มที่ เซลล์เป็นผู้ค้นคิด ผลิตน้ำมันสูตร
 ใหม่ในชื่อเซลล์ ฟอรั่มล่า SPARK AIDER ช่วยให้การเผาไหม้
 สมบูรณ์ รวดเร็ว หมดจุด รอดคุณจึงเปี่ยมด้วยพลัง ประหยัดน้ำมัน
 และลดมลภาวะ SPARK AIDER จุดพลัง ล้ำหน้า ฟอรั่มล่าเซลล์

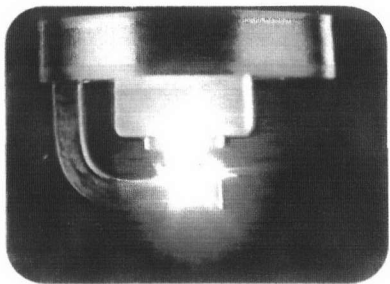
วัตถุประสงค์ แนะนำผลิตภัณฑ์ ฟอรั่มล่าเซลล์ สูตรปรับปรุงใหม่
 เสริมสร้างภาพลักษณ์ผู้นำด้านเทคโนโลยี

กลุ่มเป้าหมาย ผู้ขับขี่ / เจ้าของรถยนต์ ทั่วประเทศ

แนวความคิด จำลองห้องวิจัยผลิตภัณฑ์ ในการค้นคิดพัฒนาน้ำมันสูตรใหม่
 เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในคุณภาพของเซลล์ฟอรั่มล่าที่ให้การ
 จุดระเบิด ของหัวเทียนที่สมบูรณ์ให้พลังเครื่องยนต์



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



บริษัท เซลล์
ผลิตภัณฑ์ เซลล์ ฟอรั่มล่า 9404
ชื่อเรื่อง ผู้หญิง (30 วินาที)
วันที่ เมษายน 2531

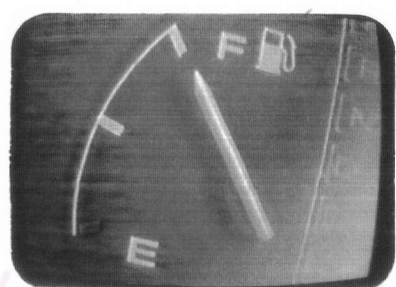
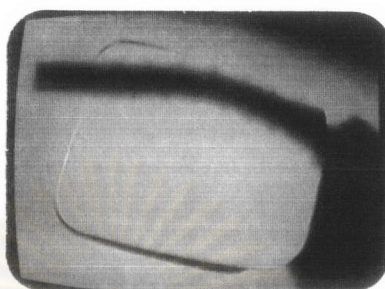
ชาย : คุณมั่นใจในคุณภาพ
ฟอรั่มล่าเซลล์ สูตรใหม่ 9404
วางใจ เมื่อใช้เซลล์

วัตถุประสงค์ เพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ฟอรั่มล่า เซลล์สูตรใหม่ 9404

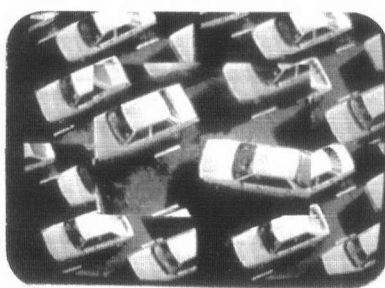
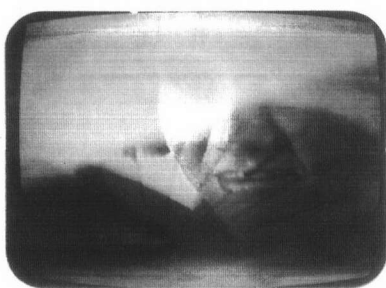
กลุ่มเป้าหมาย ผู้ชาย / เจ้าของรถยนต์ ที่เป็นหญิงทำงานทันสมัย
มีความเชื่อมั่นในตนเอง

แนวความคิด ต้องการเจาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นหญิงทำงานโดยเฉพาะ
จึงใช้เรื่องราวที่เกิดขึ้นใกล้ ๆ ตัว เรื่องรถติดและสภาพการ
จราจร ซึ่งถ้าเป็นหญิงที่ใช้น้ำมันเซลล์แล้วก็จะยังความเชื่อมั่น
ของตนเองไว้ได้ไม่ว่าสถานการณ์ใด ๆ

ศูนย์วิทยุโทรทัศน์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



บริษัท เซลล์
 ผลิตภัณฑ์ เซลล์
 ชื่อเรื่อง ฟอรั่มูลา-วัน (30 วินาที)
 วันที่ 2 ธันวาคม 2532

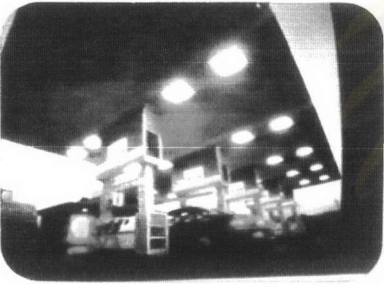
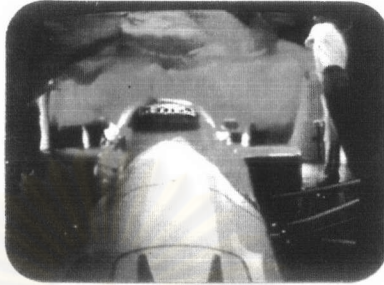
ชาย : แชมป์โลก ฟอรั่มูลา-วัน 2 ปีซ้อนคือบพนิสุจน์
 เทคโนโลยีของเซลล์ จากสนามแข่งระดับโลก
 ที่นำมาพัฒนาเพื่อคุณ
 วางใจเมื่อใช้เซลล์

วัตถุประสงค์ เพื่อตอกย้ำคุณภาพน้ำมันเบนซินเซลล์

กลุ่มเป้าหมาย ผู้ขับขี่ / เจ้าของรถยนต์

แนวความคิด ใช้แชมป์โลกของรถแข่งฟอรั่มูลา-วัน เป็น บุคคลที่อ้างอิง
 ให้น้ำมันเซลล์ ว่าเป็นผลิตภัณฑ์คุณภาพ ให้พลังความเร็วแก่
 เครื่องยนต์

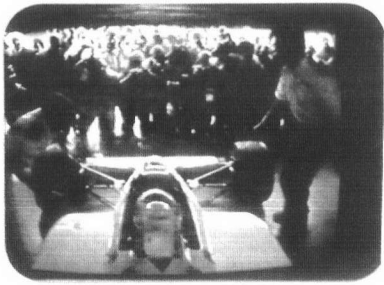
ศูนย์วิทยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



เอชดีน เชนน่า



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



วาจิร เมือไซเชลล์

บริษัท เซลล์
 ผลิตภัณฑ์ เซลล์ แอดวานซ์ 9423
 ชื่อเรื่อง สุนัขจุด (30 วินาที)
 วันที่ 28 เมษายน 2535

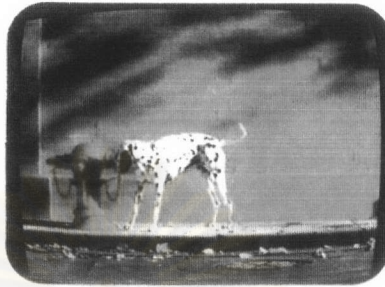
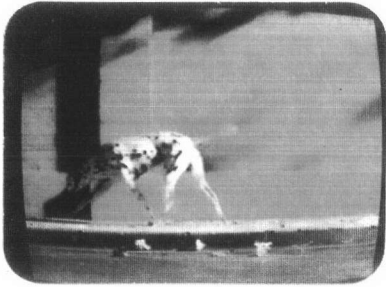
ชาย : แรบบบี่ ไม่ธรรมดาแน่
 น้ำมันไร้สารตะกั่ว เซลล์ แอดวานซ์ สูตรใหม่ 9423

วัตถุประสงค์ แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ เซลล์ แอดวานซ์ 9423

กลุ่มเป้าหมาย ผู้ขับขี่ / เจ้าของรถยนต์

แนวความคิด ใช้สุนัขเป็นตัวสร้างความสนุกสนาน น่าสนใจของคนดู
 โดยใช้ลูกเล่นเป็นรถยนต์ที่วิ่งผ่านสุนัขจุดที่นั่งอยู่
 ถ้าเป็นรถที่ใช้เซลล์ แอดวานซ์ 9423 จะวิ่งได้แรงจนจุดสีดำ
 ของสุนัขหลุดปลิวไปตามแรงของรถ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

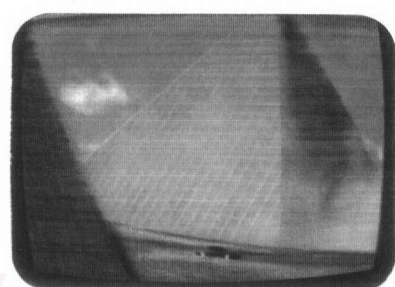
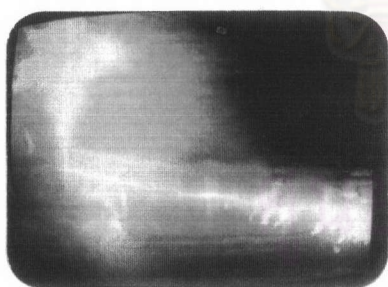
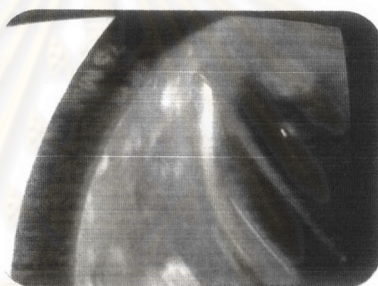
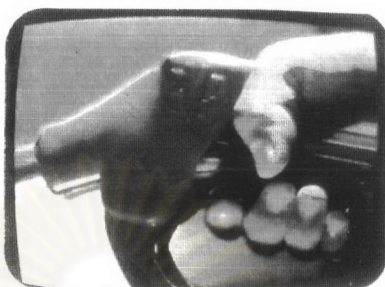
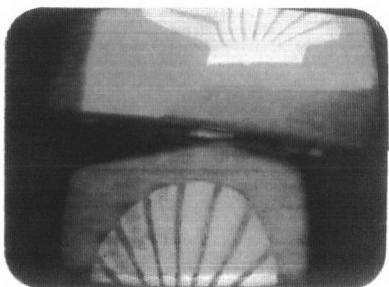
บริษัท เซลล์
 ผลิตภัณฑ์ เซลล์ ฟอรั่มูล่า ยูแอลจี
 ชื่อเรื่อง เซลล์ ฟอรั่มูล่า ยูแอลจี (30 วินาที)
 วันที่ 28 เมษายน 2534

ชาย : ให้ประสิทธิภาพ สมบูรณ์แบบ
 ให้อากาศสดใส
 เต็มน้ำมันไร้สารตะกั่ว ฟอรั่มูล่า ยูแอลจี
 เพื่ออนาคตของเครื่องยนต์ เพื่ออนาคตของเราทุกคน
 น้ำมันไร้สารตะกั่ว ฟอรั่มูล่า เซลล์ ยูแอลจี
 คุณภาพสู่ออนาคต
 มีจำหน่าย 1 พฤษภาคมนี้

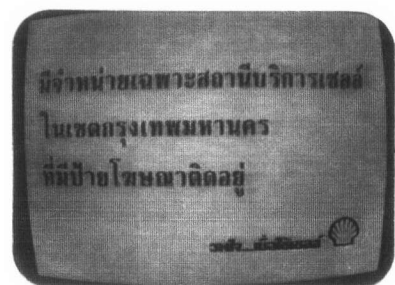
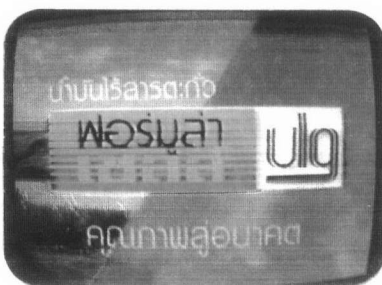
วัตถุประสงค์ แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ฟอรั่มูล่า ยูแอลจี
 และสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพ

กลุ่มเป้าหมาย ผู้ขับขี่ / เจ้าของรถยนต์

แนวความคิด ใช้ภาพเหนือจริงแสดงถึง เวลาแห่งอนาคต
 เพื่อแสดงให้เห็นว่า น้ำมันไร้สารตะกั่ว ฟอรั่มูล่า ยูแอลจี
 เป็นน้ำมันคุณภาพที่พัฒนาเพื่ออนาคต ของทั้งเครื่องยนต์
 และของเราทุกคน



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



บริษัท เซลล์
 ผลิตภัณฑ์ ฟอรั่มล่า เซลล์ แอดวานซ์ 9423
 ทูนิง - สุนัขจุด (15 วินาที)
 วันที่ 18 กรกฎาคม 2535

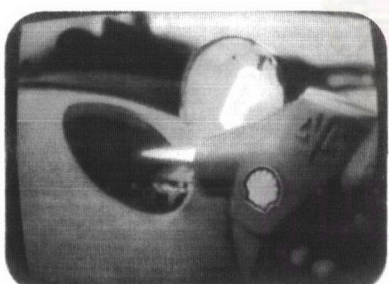
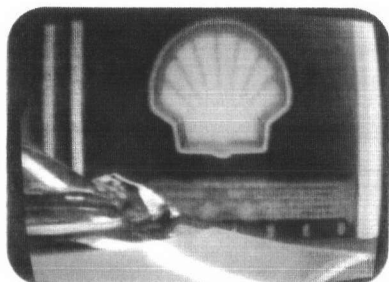
หญิง : แอดวานซ์ เต็มถึงสมบูรณ์แบบ
 ชาย : ได้ครับ
 โฆษก ชาย : น้ำมันไร้สารตะกั่ว ฟอรั่มล่า เซลล์ แอดวานซ์ สูตรใหม่ 9423
 แรงจน คุณรู้สึกได้ ผสมสารเพิ่มประสิทธิภาพ 9423

วัตถุประสงค์ แนะนำผลิตภัณฑ์ น้ำมันไร้สารตะกั่วสูตรปรับปรุงใหม่ ฟอรั่มล่า เซลล์ แอดวานซ์
 ตอกย้ำในประสิทธิภาพ ที่ให้ความเร็วแรงแกร่ง

กลุ่มเป้าหมาย ผู้ขับขี่ / เจ้าของรถยนต์

แนวความคิด เพื่อเป็นการต่อเนื่องจากภาพยนตร์โฆษณาชุด "สุนัขจุด"
 เมื่อเจ้านายสาวสวย ขับรถไปเติมน้ำมันฟอรั่มล่า เซลล์ แอดวานซ์
 เจ้าสุนัขจุดที่นั่งไปด้วย ก็พอจะรู้สึกได้ถึงความแรงของรถ

ศูนย์บริการลูกค้า
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บริษัท เซลล์
 ผลิตภัณฑ์ เซลล์ เอสเอ็กซ์
 "คันเร่ง", "เกว็ดความเร็ว", "ที่ใส่กุญแจสตาร์ท", "ที่เหยียบสตาร์ท"
 (15 วินาที 4 เรื่อง)
 วันที่ 22 ธันวาคม 2535

ชาย : ที่ปัมเซลล์ ต่อไปนี้ไม่มีคำว่าธรรมดา
 เซลล์ เอสเอ็กซ์ เบนซินใหม่ล่าสุดของเซลล์
 ช่วยให้สตาร์ทท่ง่าย แรงตั้งใจ ไม่ใช่ธรรมดา
 วางใจเมื่อใช้เซลล์

วัตถุประสงค์ แนะนำผลิตภัณฑ์เบนซินธรรมดา สูตรใหม่ (ที่ไม่ใช่ธรรมดา)
 เซลล์ เอสเอ็กซ์

กลุ่มเป้าหมาย ผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ (กลุ่มหลัก)
 ผู้ขับขี่รถยนต์เครื่องยนต์เบนซินขนาดเล็ก

แนวความคิด ใช้ส่วนของเครื่องยนต์ ที่เกี่ยวข้องกับการสตาร์ท และเร่งเครื่อง
 เช่น - คันเร่ง

เกว็ดความเร็ว

ที่ใส่กุญแจสตาร์ท

ที่เหยียบสตาร์ท

เพื่อแสดงให้เห็นความสามารถในการสตาร์ทท่ง่าย และเร่งเครื่องได้แรง
 เมื่อใช้เซลล์ เอสเอ็กซ์ น้ำมันเบนซินธรรมดาสูตรใหม่ ที่ไม่ธรรมดา

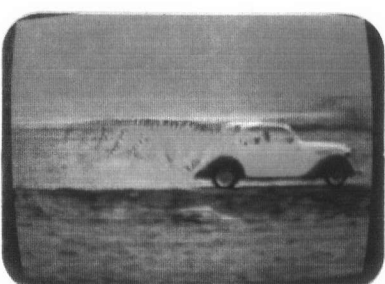
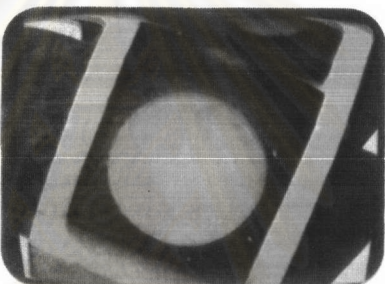
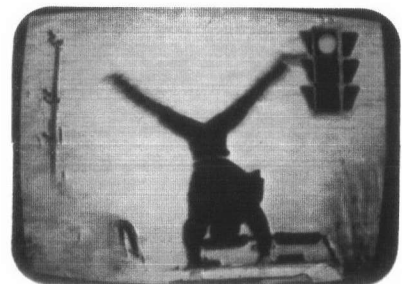
บริษัท เอสโซ่
 ผลิตภัณฑ์ เอสโซ่ ซูเปอร์ เอ็กซ์ที
 ชื่อเรื่อง เสียวฟอร์ม (30 วินาที)
 วันที่ 2530

ชาย : มันน่าเสียดายสำหรับใครบางคนที่คิดว่าเขาพร้อม
 ใหม่ เอสโซ่ ซูเปอร์ เอ็กซ์ที เพิ่มสารพิเศษ
 ทำความสะอาดเครื่องยนต์ ช่วยให้การเผาไหม้สมบูรณ์
 เอสโซ่พิถีพิถันกว่าใคร เพื่อยกมาตรฐานคุณภาพน้ำมันใหม่ ใ้รถทุกคัน
 เอสโซ่ ซูเปอร์ เอ็กซ์ที เบนซินพิเศษสูตรใหม่ มาตรฐานสูง

วัตถุประสงค์ สร้างความน่าเชื่อถือในประสิทธิภาพของน้ำมัน เอสโซ่ ซูเปอร์ เอ็กซ์ที
 ที่ให้พลังแก่รถ

กลุ่มเป้าหมาย ผู้ขับขี่/เจ้าของรถยนต์

แนวความคิด รถยนต์เครื่องแรงบางคันที่ใช้น้ำมันคุณภาพไม่ดีทำให้เครื่องยนต์
 ทำงานไม่เต็มกำลัง อาจเสียวฟอร์มให้แก่อกรุ่นเก่าที่แม้เครื่องจะไม่แรง
 แต่ใช้น้ำมันคุณภาพ เอสโซ่ ซูเปอร์ เอ็กซ์ที ที่เพิ่มสารทำความสะอาด
 เครื่องยนต์ ให้การเผาไหม้ที่สมบูรณ์กว่าเครื่องยนต์เต็มกำลัง
 วิ่งได้แรงตั้งใจ



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บริษัท เอสโซ่
 ผลิตภัณฑ์ เอสโซ่ ซูเปอร์ เอ็กซ์ที
 ชื่อเรื่อง เชื้อเพลิง (30 วินาที)
 วันที่ มีนาคม 2531

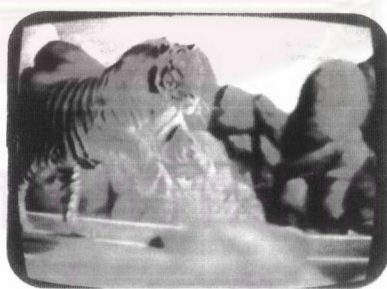
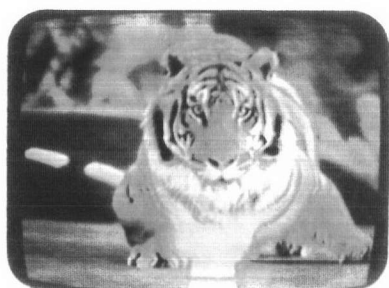
ชาย : เอสโซ่นำคุณสู่มาตรฐานคุณภาพน้ำมันใหม่
 ช่วยจัดปัญหาการน็อค และการสะดุดของเครื่องยนต์
 ช่วยการเผาไหม้สมบูรณ์
 เอสโซ่มีประสิทธิภาพดีกว่าใคร เพื่อขมมาตรฐานคุณภาพน้ำมันใหม่ ให้รถทุกคัน
 เอสโซ่ ซูเปอร์ เอ็กซ์ที เบนซินพิเศษสูตรใหม่ มาตรฐานสูงสุด

วัตถุประสงค์ ย้ำเตือนคุณภาพของน้ำมัน เอสโซ่ ซูเปอร์ เอ็กซ์ที

กลุ่มเป้าหมาย ผู้ขับขี่/เจ้าของรถยนต์

แนวความคิด ใช้เชื้อเพลิงเป็นตัวแทนของน้ำมันคุณภาพจากเอสโซ่
 ที่ให้พลังแก่เครื่องยนต์

ศูนย์วิทยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บริษัท เอสโซ่
 ผลิตภัณฑ์ เอสโซ่ ซูเปอร์ เอ็กซ์ที
 ชื่อเรื่อง รถโซลาน (30 วินาที)
 วันที่ กรกฎาคม 2531

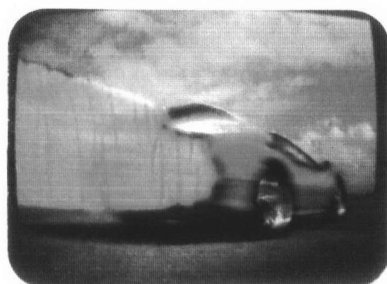
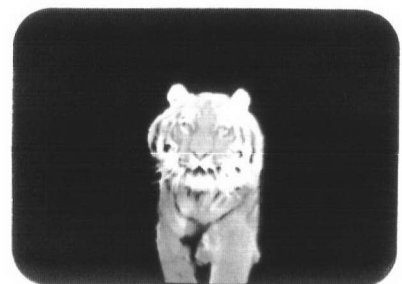
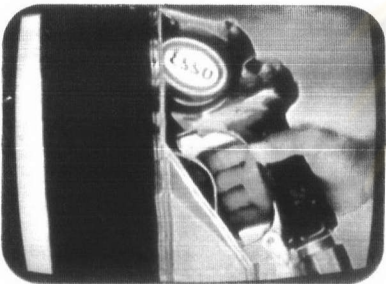
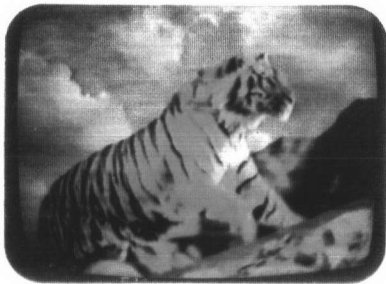
ชาย : ถ้าคิดว่ารถเพียงเคลื่อนไปได้ก็พอแล้ว น้ำมันคุณภาพดีจริงก็คงไม่จำเป็น
 แต่ถ้าวรถต้องการพลัง เต็มพลังทุกครั้งที่ให้มา ทุกครั้งที่ต้องการ
 เอสโซ่ ซูเปอร์ เอ็กซ์ที เบนซินสูตรใหม่ มาตรฐานสูง
 มอบพลังเต็มที่ให้กับรถทุกคัน นอกจากจะไม่ต้องการ

วัตถุประสงค์ สร้างความเชื่อถือในประสิทธิภาพของน้ำมัน เอสโซ่ ซูเปอร์เอ็กซ์ที
 ที่ให้พลังแก่รถทุกคัน

กลุ่มเป้าหมาย ผู้ขับขี่/เจ้าของรถยนต์

แนวความคิด รถยนต์ที่ใช้้ำมันไม่มีคุณภาพก็จะมีกำลังวิ่งได้ช้า เปรียบเสมือน
 รถที่โซลาน เอสโซ่ ซูเปอร์ เอ็กซ์ที เป็นเบนซินพิเศษสูตรใหม่
 ที่ให้พลังเต็มที่แก่รถทุกคัน

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

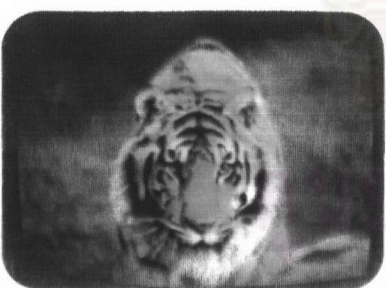
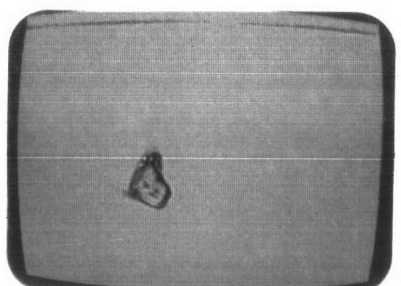
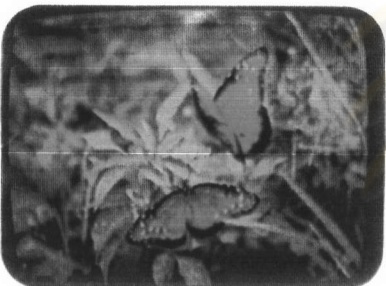
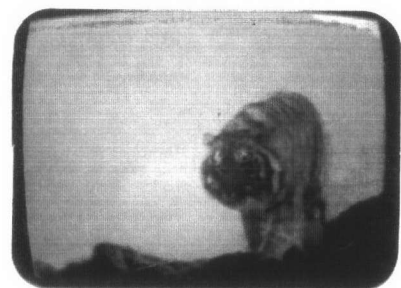
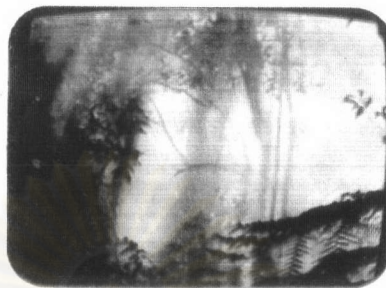
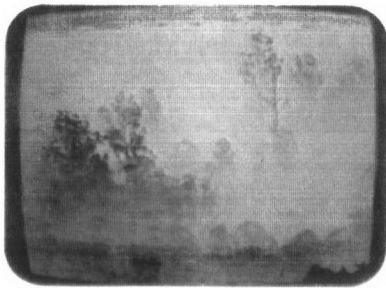
บริษัท เอสโซ่
 ผลิตภัณฑ์ เอสโซ่ สุปรีม
 ชื่อเรื่อง เสื้อ - ฝีเสื้อ (30 วินาที)
 วันที่ 15 พฤศจิกายน 2534

ชาย : เพื่อโลกที่สดใส เอสโซ่ช่วยให้คุณปกป้องอากาศบริสุทธิ์
 พร้อมให้พลังและปกป้องเครื่องยนต์ ของรถคุณอย่างมั่นใจ
 เอสโซ่สุพรีม เบนซินพิเศษไร้สารตะกั่ว
 พลังเสื้อ... เพื่อปกป้อง

วัตถุประสงค์ เพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ เบนซินพิเศษไร้สารตะกั่ว เอสโซ่ สุปรีม

กลุ่มเป้าหมาย ผู้ขับขี่/เจ้าของรถยนต์

แนวความคิด เอสโซ่ใช้เสื้อเป็นตัวแทนของผลิตภัณฑ์ ที่ให้พลังแก่เครื่องยนต์
 เช่นเดียวกันสำหรับเอสโซ่สุพรีม เบนซินพิเศษไร้สารตะกั่ว
 ซึ่งนอกจากที่จะให้พลังแก่เครื่องยนต์แล้ว ยังช่วยลดมลภาวะ
 ในอากาศ จึงใช้เสื้อวิ่งไปในธรรมชาติสดใส อากาศสดชื่น
 และใช้ฝีเสื้อซึ่งแสดงถึงส่วนหนึ่ง ของธรรมชาติสิ่งแวดล้อมที่ดี
 บินมาเกาะที่จุมูกเสื้อในตอนจบ



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บริษัท เอสโซ่
 ผลิตภัณฑ์ เอสโซ่ สุปรีม
 ชื่อเรื่อง พลังเสือ (15 วินาที)
 วันที่ 1 ตุลาคม 2535

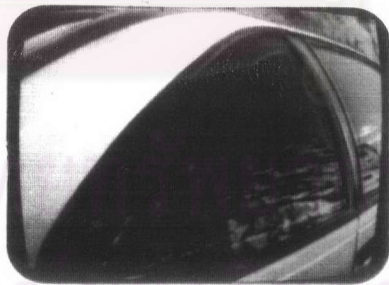
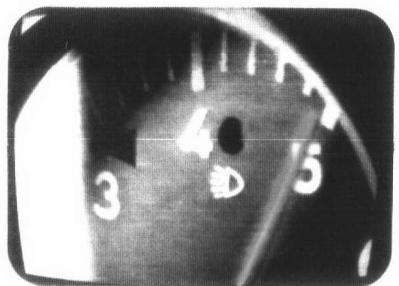
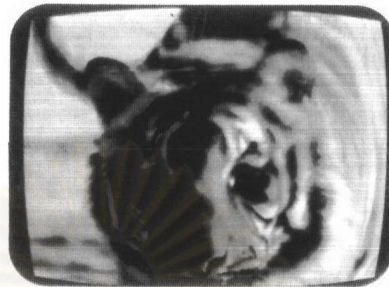
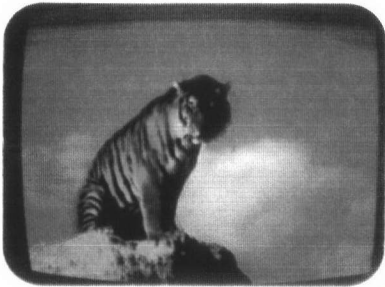
ชาย : วันนี้ เอสโซ่ สุปรีม ไร้สารตะกั่วสูตรใหม่
 ผสมซูเปอร์ เอ็กซ์ ซีแอล เทคโนโลยีล่าสุดจากเอสโซ่
 ให้รถคุณแรงกว่า ที่คุณคิด
 เอสโซ่ สุปรีม ใหม่
 พลังเสือ พลังสูง

วัตถุประสงค์ เพื่อแนะนำ สูตรปรับปรุงใหม่ ของเอสโซ่ สุปรีม
 น้ำมันไร้สารตะกั่ว ผสมสารเอ็กซ์ ซีแอล
 เพิ่มพลังแรงให้รถ

กลุ่มเป้าหมาย ผู้ขับขี่รถยนต์

แนวความคิด ใช้พลังเสือ แทนพลังแรงของรถ ที่ได้จากน้ำมันเอสโซ่ สุปรีม

ศูนย์วิจัยและพัฒนา
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



วิทยาลัยเทคโนโลยี
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บริษัท คาลเท็กซ์
 ผลิตภัณฑ์ เทครอน
 ชื่อเรื่อง แรงติดจรวด (Teaser 15 วินาที)
 วันที่ 25 กรกฎาคม 2535

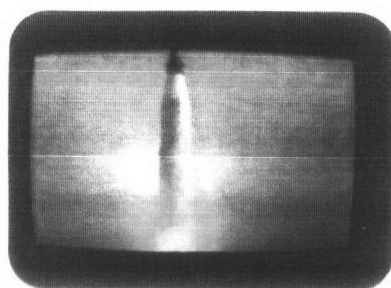
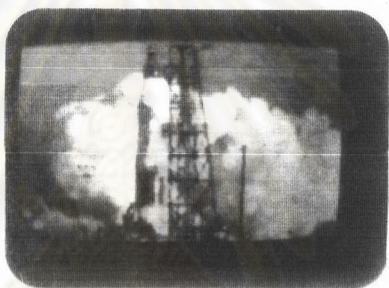
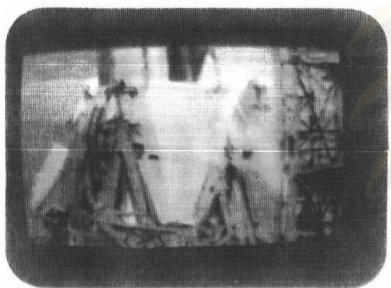
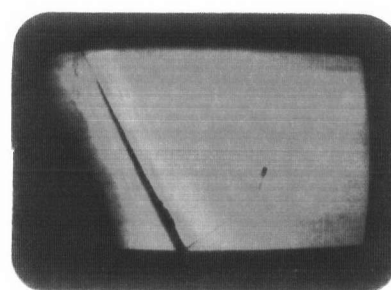
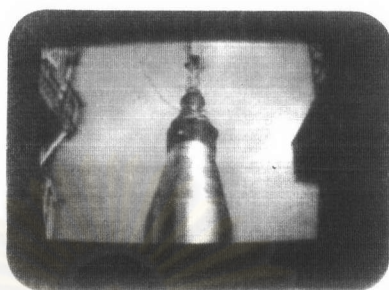
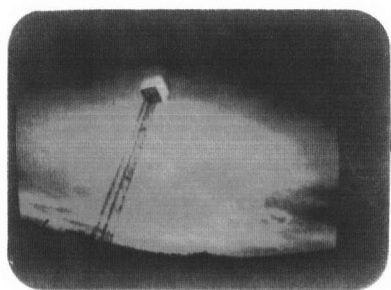
ชาย : ความแรงแบบนี้ กำลังจะเกิดขึ้นกับรถของคุณ

วัตถุประสงค์ แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ คาลเท็กซ์เทครอน ไร้สารตะกั่ว

กลุ่มเป้าหมาย ผู้ขับขี่รถยนต์

แนวความคิด กระตุ้นการรับรู้ของผู้บริโภค ในชั้นการแนะนำ
 โดยใช้ความเร็วของจรวดที่พุ่งทะยานขึ้น เปรียบเทียบกับ
 ความเร็วของรถยนต์ที่ได้จากการใช้น้ำมันชนิดใหม่นี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

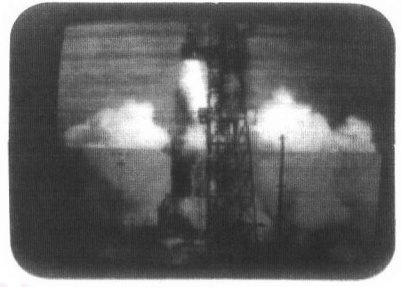
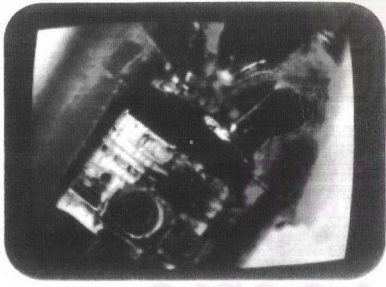
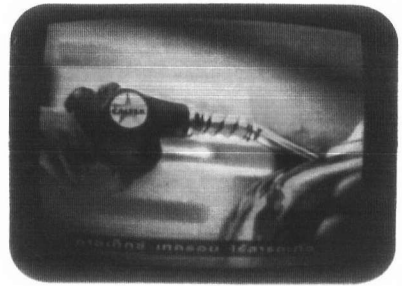
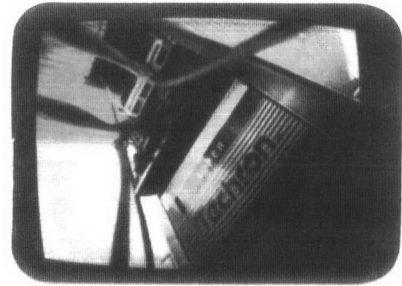
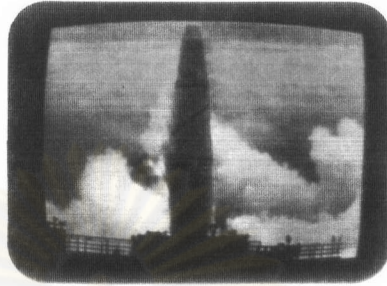
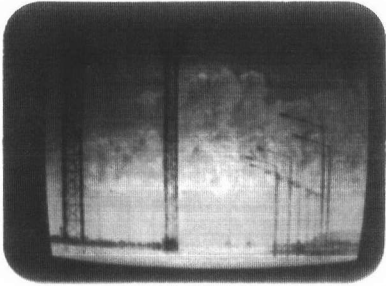
บริษัท คาลเท็กซ์
 ผลิตภัณฑ์ เทครอน
 ชื่อเรื่อง แรงติดจรวด (30 วินาที)
 วันที่ 1 สิงหาคม 2535

ชาย : รถยนต์ที่เครื่องสกปรก แรงได้ขนาดไหน
 นี้คือ เทคโนโลยี แห่งความแรงใหม่
 คาลเท็กซ์ เทครอน ช่วยให้เครื่องยนต์สะอาด
 ส่งผลให้อัตราเร่งของรถใหม่และเก่า แรงแบบนี้
 เพียง 1 ถึง พิสูจน์คาลเท็กซ์ เทครอนเสียแต่วันนี้ ด้วยตัวเอง

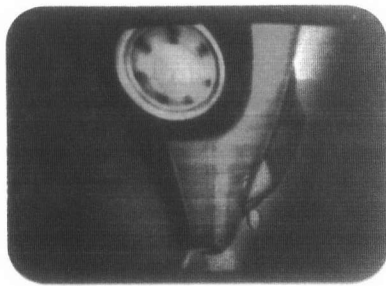
วัตถุประสงค์ แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ คาลเท็กซ์เทครอน ไร้สารตะกั่ว
 สร้างความเชื่อถือในคุณภาพของคาลเท็กซ์ เทครอน
 ให้อัตราเร่ง แรง ทั้งรถใหม่และเก่า

กลุ่มเป้าหมาย ผู้ขับขี่รถยนต์ทั้งรถใหม่และรถเก่า

แนวความคิด ให้ความเร็วของจรวดที่มุ่งทะยาน เปรียบเทียบกับรถยนต์
 ที่ใช้คาลเท็กซ์ เทครอน เบนซินไร้สารตะกั่วใหม่



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



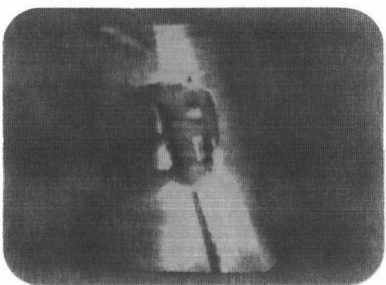
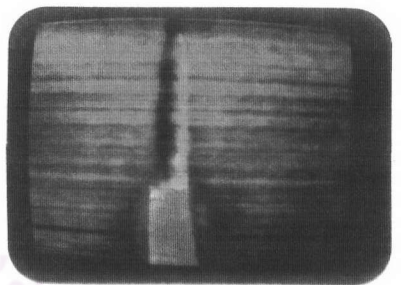
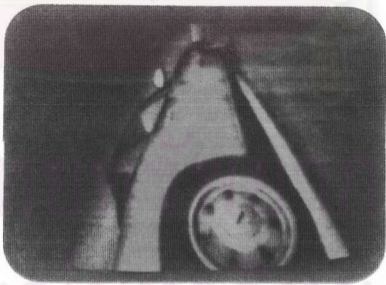
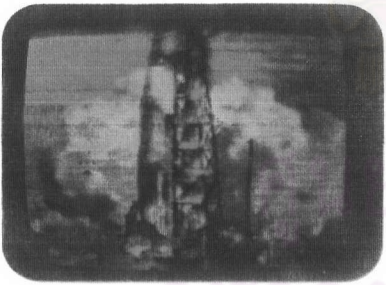
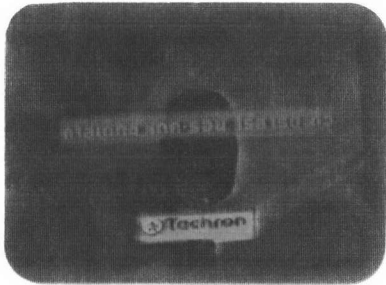
บริษัท คาลเท็กซ์
 ผลิตภัณฑ์ เทครอน
 ชื่อเรื่อง ความเห็นของผู้ใช้ (30 วินาที* 2 เรื่อง)
 วันที่ 11 กันยายน 2535

- โฆษก ชาย : ความเห็นของผู้ใช้ คาลเท็กซ์ เทครอน ไร้สารตะกั่ว
 หญิง : ใช้ดีค่ะ ไม่มีปัญหาอะไรเลย
 ชาย : เดานั่นแหละอะ ใช้ได้ดีเลยอะ ไม่มีปัญหาอะไรเลยครับ
 ก็อย่างที่บอกไงอะ
 ชาย : เมื่อเปลี่ยนมาใช้ เทครอนแล้ว
 ก็มีอัตราเร่งที่แซงได้คล่องขึ้น ลากได้สุด ๆ
 หญิง : เหมือนไม้ค้ำ แต่พอมาสัมผัสจริง ๆ แล้วมันไม่ใช่ คือมันแรงจริง ๆ
 ชาย : ต้องลองดูอะ ว่าแรงยังไง อธิบายลำบาก
 โฆษก ชาย : คาลเท็กซ์ เทครอน ไร้สารตะกั่ว
 ให้อัตราเร่งของรถเก่า และใหม่แรงแบบนี้ คุณลองหรือยัง
- โฆษก ชาย : ความเห็นของผู้ใช้ คาลเท็กซ์ เทครอน ไร้สารตะกั่ว
 ชาย : เครื่องกำลังดีขึ้นนะครับ สะอาด
 ชาย : คนใช้ก็อยากได้ความแรงด้วยนะอะ ขณะเดียวกันก็อยากรักษา
 สิ่งแวดล้อมด้วย ผมว่าสองอย่างมันลงตัว
 หญิง : เห็นว่าเพื่อนใช้ดี ก็เลยลองใช้ดูด้วย
 รู้สึกว่ามันแรงขึ้น และก็เร็วขึ้น
 ชาย : ก็ไม่รู้ว่าจะอุปทานหรือเปล่าอะครับ แต่รู้สึกว่ามันแรงอะ
 ชาย : อ้าว ไม่เชื่อกุณมาแข่งกับผมดูได้นะ
 โฆษก ชาย : คาลเท็กซ์ เทครอน ไร้สารตะกั่ว
 ให้อัตราเร่งของรถเก่า และใหม่ แรงแบบนี้ คุณลองหรือยัง

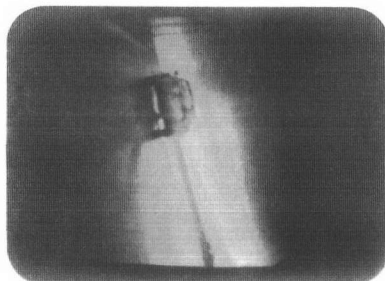
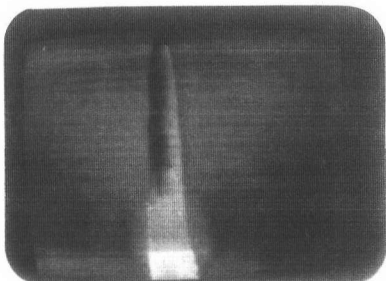
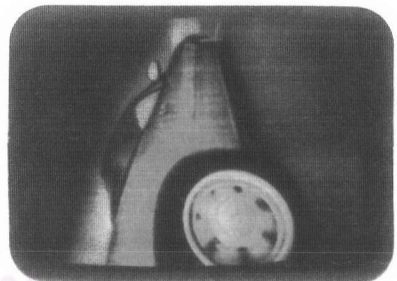
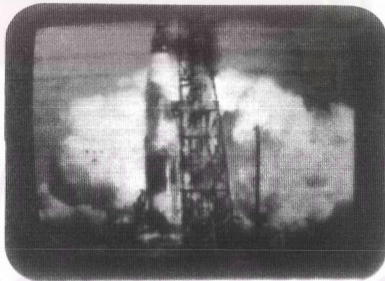
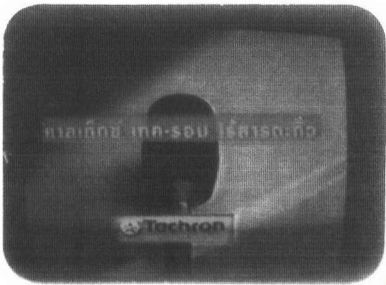
- วัตถุประสงค์ เพื่อเสริมความเชื่อมั่นในคุณภาพของศาลเท็กซ์ตรอน
น้ำมันไร้สารตะกั่ว ที่ให้ทั้งความแรงและรักษาสิ่งแวดล้อม
ซึ่งใช้ได้ทั้งรถเก่าและรถใหม่
- กลุ่มเป้าหมาย ผู้ขับขี่รถยนต์ทั้งรถใหม่และรถเก่า
- แนวความคิด ใช้ลักษณะ Testimonial แสดงทัศนคติของผู้ใช้ต่อผลิตภัณฑ์
เพื่อโน้มน้าวให้ผู้ชมอยากทดลองใช้ โดยครอบคลุมทั้งผู้ใช้รถเก่า
และรถใหม่



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



วิ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

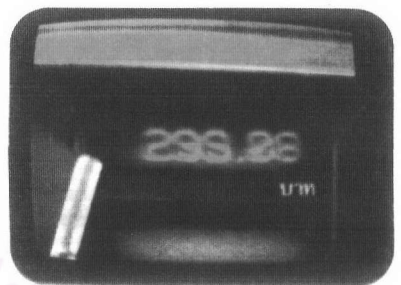
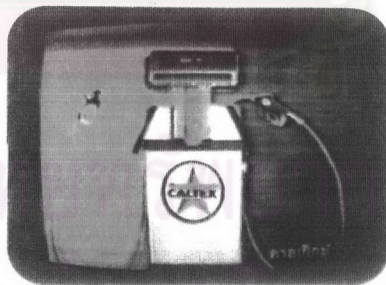
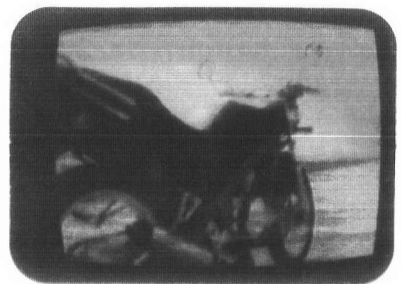
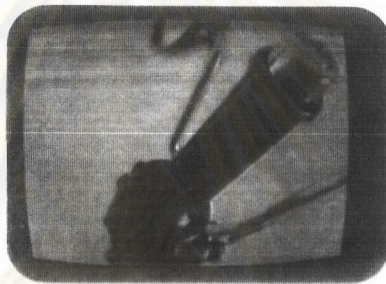
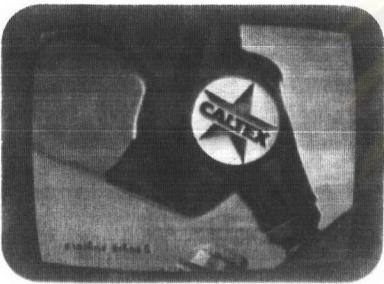
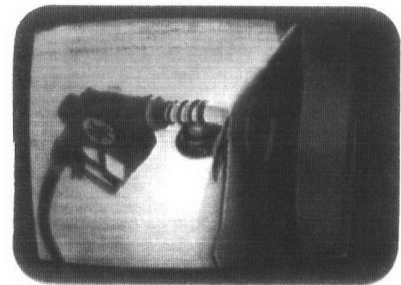
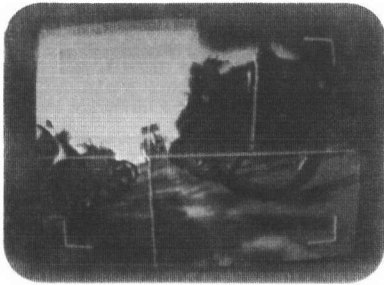
บริษัท คาลเท็กซ์
 ผลิตภัณฑ์ คาลเท็กซ์ ซีเอ็กซ์-5
 ชื่อเรื่อง มอเตอร์ไซด์
 วันที่ 27 ตุลาคม 2535

ชาย : ตั้งแต่วันนี้ มอเตอร์ไซด์ทุกคันจะรู้ว่า
 ค่าออกเทนในเบนซินยิ่งสูง ความแรงยิ่งเพิ่มขึ้น
 คาลเท็กซ์ ซีเอ็กซ์ 5 เบนซินสำหรับรถมอเตอร์ไซด์โดยเฉพาะ
 สูตรใหม่ ของคาลเท็กซ์ เพิ่มค่าออกเทนให้สูงขึ้น
 ช่วยให้แรงทุกอัตราเร่ง
 พิสูจน์ได้ที่ปั๊มคาลเท็กซ์ ทั่วประเทศ
 คาลเท็กซ์ ซีเอ็กซ์ 5 แรงสุด รุดหน้า
 เพื่อมอเตอร์ไซด์โดยเฉพาะ

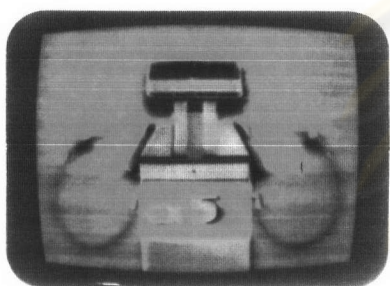
วัตถุประสงค์ แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ คาลเท็กซ์ ซีเอ็กซ์ 5 เบนซินธรรมดา
 สำหรับรถมอเตอร์ไซด์ ที่มีค่าออกเทนสูงขึ้น

กลุ่มเป้าหมาย ผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์

แนวความคิด เป็นการสร้างการรับรู้ในผลิตภัณฑ์ใหม่ "คาลเท็กซ์ซีเอ็กซ์ 5"
 ซึ่งเป็นเบนซินธรรมดาสำหรับรถมอเตอร์ไซด์ โดยเฉพาะที่ให้พลังแรง
 แก่เครื่องยนต์



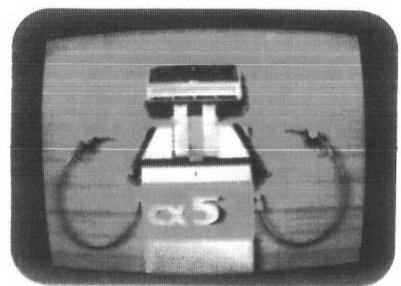
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



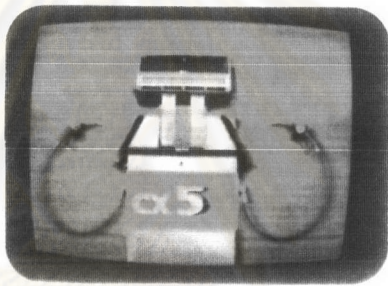
ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- ชื่อเรื่อง : ติดตามผู้ใช้ (15 วินาที)
- โฆษก ชาย : ติดตามผู้ใช้ คาลเท็กซ์ ซีเอ็กซ์ 5
- เด็กป๊ม : เต็มเท่าไรครับ นายห้าง
- ชาย 1 : มี 20 บาท ก็วิ่งคล่อง ฮึม ประหยัดจริง ๆ
- ชาย 2 : ซีเอ็กซ์ 5 เหมือนเดิมน้อง
- เด็กป๊ม : แรงสะใจ มั้ยพี่
- ชาย 2 : อยู่แล้ว
- โฆษก ชาย : คาลเท็กซ์ ซีเอ็กซ์ 5 แรงสุด รุดหน้า
เพื่อมอเตอร์ไซด์โดยเฉพาะ
- วัตถุประสงค์ เพื่อตอกย้ำว่าน้ำมันคาลเท็กซ์ ซีเอ็กซ์ 5 เป็นน้ำมันเบนซินสำหรับ
มอเตอร์ไซด์โดยเฉพาะ ที่ให้ความแรงเต็มที่
- กลุ่มเป้าหมาย ผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์
- แนวความคิด ให้ผู้ใช้ด้วยกัน มาร่วมกันยืนยันถึงความแรงเต็มพลังของคาลเท็กซ์
ซีเอ็กซ์ 5

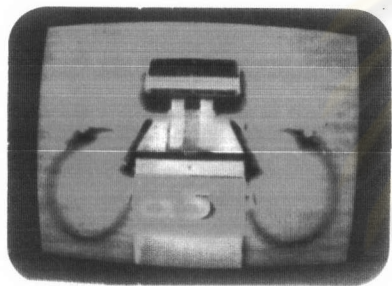
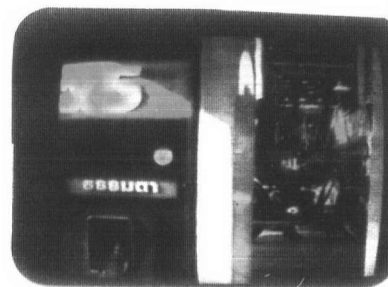
ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย




วิทยาลัยพยาบาล
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

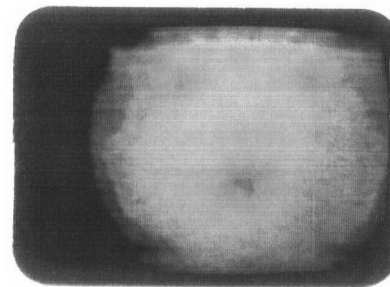
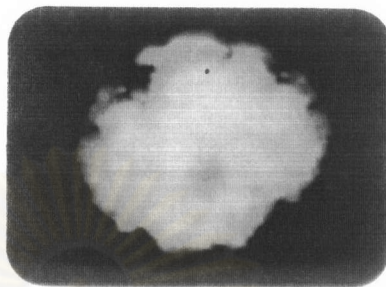
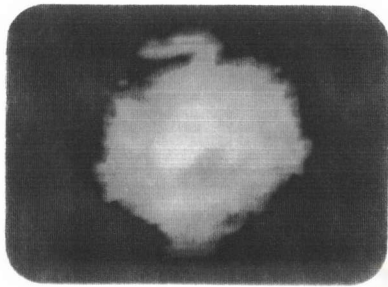


ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

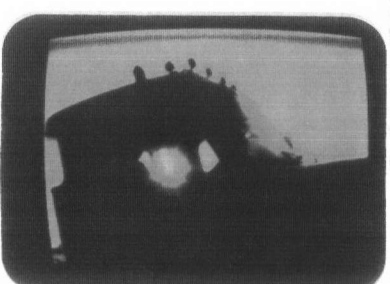
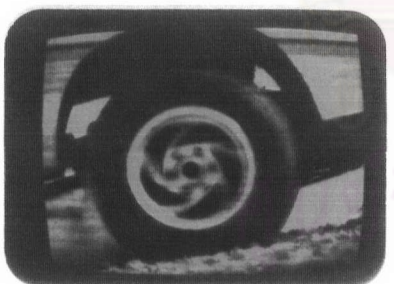
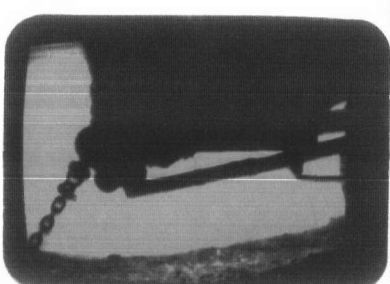
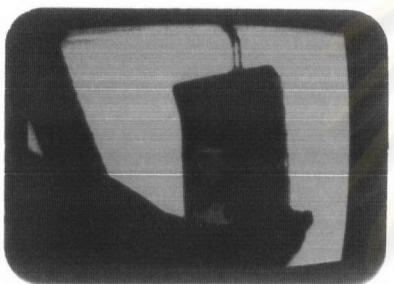
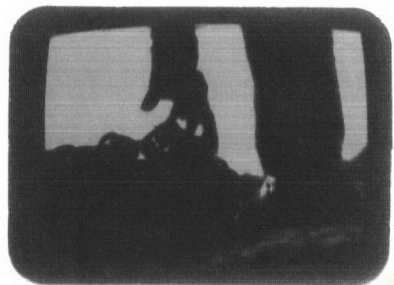


เนื้อเรื่อง และภาพประกอบจากภาพยนตร์โฆษณาผลิตภัณฑ์เซล

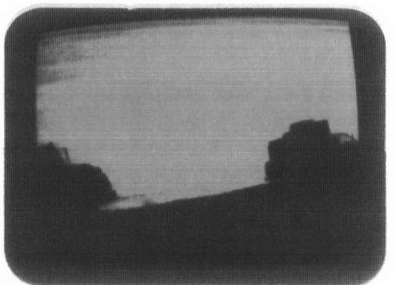
ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



พลังไทย เพื่อไทย

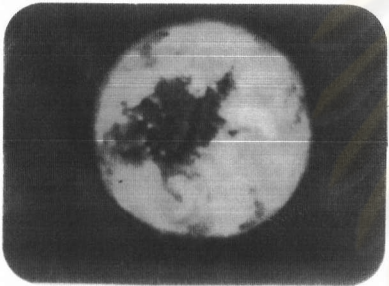
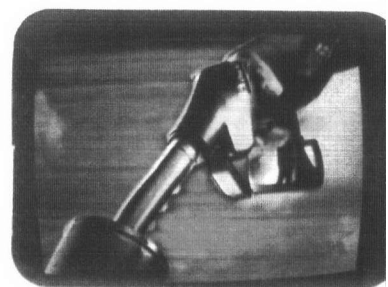
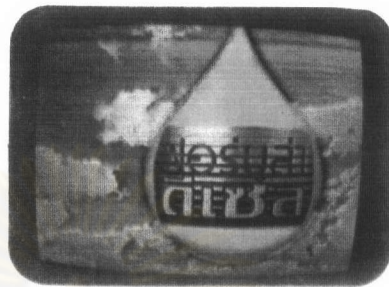
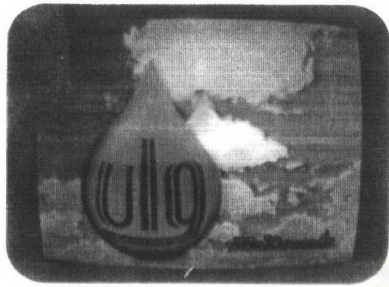
บริษัท เซลล์
 ผลิตภัณฑ์ เซลล์ ฟอรั่มูล่า ดีเซล
 ชื่อเรื่อง เซลล์ ฟอรั่มูล่า ดีเซล (15 วินาที)
 วันที่ 25 พฤศจิกายน 2534

ชาย : อีกครั้ง แห่งการริเริ่ม
 เพื่อให้รถทุกคัน มีส่วนช่วยมลพิษในอากาศ
 น้ำมันโซล่าพิเศษ เซลล์ฟอรั่มูล่า ดีเซล
 แรงจืด ประหยัดจริง
 มีจำหน่ายที่สถานีบริการเซลล์ ทั่วประเทศและจังหวัดใกล้เคียง
 วางใจ...เมื่อใช้เซลล์

วัตถุประสงค์ เพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ เซลล์ฟอรั่มูล่า ดีเซล

กลุ่มเป้าหมาย (หลัก) ผู้ขับขี่/เจ้าของรถบรรทุก
 (รอง) ผู้ขับขี่/เจ้าของรถปิคอัพ

แนวความคิด เซลล์ ฟอรั่มูล่า ดีเซลเป็นน้ำมันดีเซลสูตรกำมะถันต่ำ
 จึงช่วยลดมลภาวะ จึงใช้ภาพรถบรรทุกเป็นถนน ทั้งทางลาดชัน
 และทางชัน ที่มีบรรยายภาคสวย ท้องฟ้าแจ่มใส



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บริษัท เซลล์
 ผลิตภัณฑ์ เซลล์ ฟอรั่มูล่า ดีเซล
 ชื่อเรื่อง หิน (15 วินาที)
 วันที่ มกราคม 2535

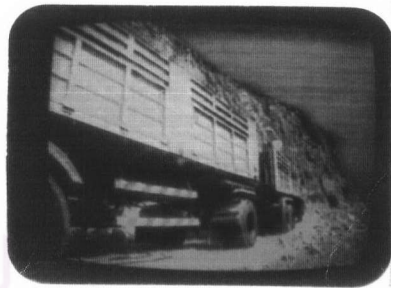
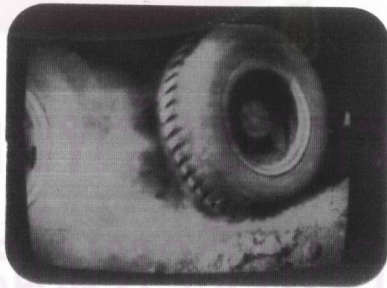
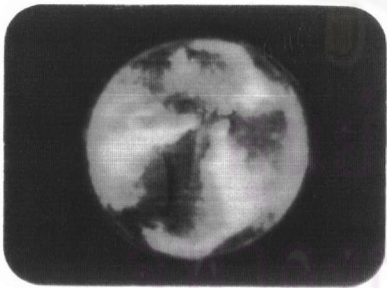
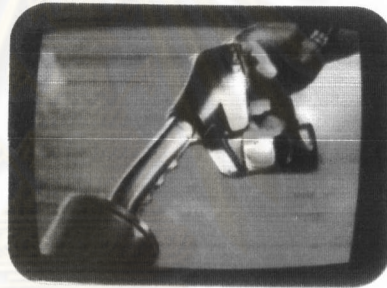
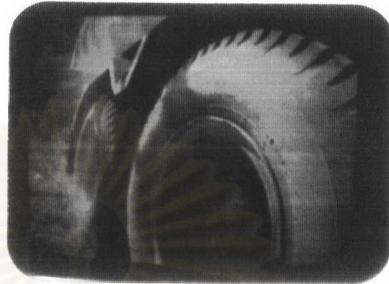
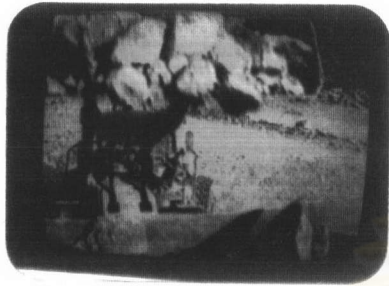
ชาย : เรื่องหิน ๆ ก็ไม่หินอีกต่อไป
 เซลล์ ฟอรั่มูล่า ดีเซลเผาไหม้หมดจดให้พลัง
 เซลล์ฟอรั่มูล่า ดีเซล แรงจัด ประหยัดจริง

วัตถุประสงค์ ย้ำเตือนประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์เซลล์ ฟอรั่มูล่า ดีเซล
 ที่ให้พลังแก่เครื่องยนต์

กลุ่มเป้าหมาย ผู้ขับขี่/เจ้าของรถบรรทุก

แนวความคิด แสดงให้เห็นถึงพลังของบรรทุกที่ใช้น้ำมันเซลล์ ฟอรั่มูล่า ดีเซล
 ว่าแม้บรรทุกของหนักอย่างหินก็มีกำลังแรง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



บริษัท เชลล์
 ผลิตภัณฑ์ เชลล์ พอร์มูล่า ดีเซล
 ชื่อเรื่อง "ผู้ใช้" (30วินาที)
 วันที่ 15 ธันวาคม 2535

ชาย 1 : เชลล์ พอร์มูล่า ดีเซล ใช้แล้วแรงดี ไปโลด
 ชาย : อ้อ เต็มเต็มได้เน้อ
 ชาย : เอ้ เขามีสารเอสอะไรนะ
 ชาย : สารเอสที่ 7001 ไง เชลล์ก็เรามีอยู่แล้วนะ
 ช่วยให้เผาไหม้หมดจด และยังช่วยคุ้มครอง
 เครื่องยนต์อีกด้วยนะคุณ
 ชาย : เอ้อใช่ๆ มีนาเครื่องยนต์เอี่ยมเลย
 ชาย : ช่วยลดควันดำ สดชื่น
 ชาย : น้ำมัน โซล่าพิเศษ เชลล์พอร์มูล่าดีเซล
 แรงจัด ประหยัดจริง

วัตถุประสงค์ เพื่อตอกย้ำคุณภาพที่ดีของน้ำมันดีเซล เชลล์ พอร์มูล่า ดีเซล
 เพื่อแนะนำสูตรปรับปรุงใหม่เพิ่มสารเอสเอที 7001

กลุ่มเป้าหมาย ผู้ขับขี่/เจ้าของรถบรรทุก และรถปิคอัพเครื่องยนต์ดีเซล

แนวความคิด ใช้ผู้ขับขี่รถบรรทุก หลากๆ คน พูดถึงคุณสมบัติที่ดีของเชลล์ พอร์มูล่าดีเซล
 ที่ช่วยให้เครื่องยนต์แรงและสะอาด ช่วยลดควันดำ

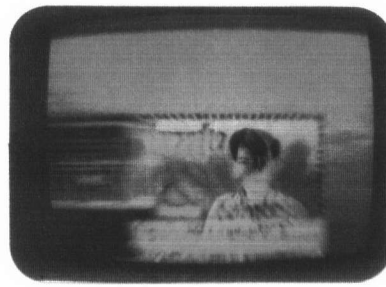
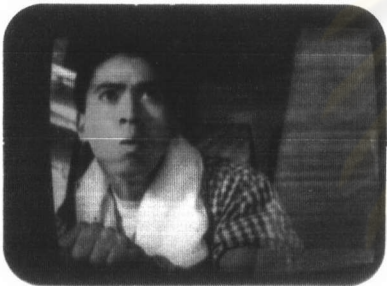
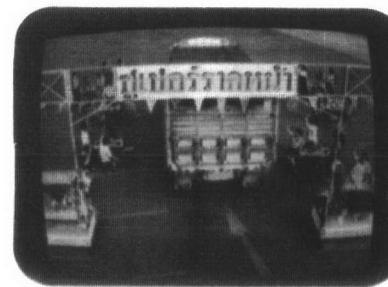
บริษัท เอส ไซ้
 ผลิตภัณ์ท์ ซูเปอร์ ดีเซล 357
 ชื่อเรื่อง ซูเปอร์ ดีเซล 357 (45 วินาที)
 วันที่ 9 มีนาคม 2535

เพลง : ซูเปอร์มีอยู่มากมาย หาซูเปอร์ไหนให้ไว้ใจเชื่อถือ
 ซูเปอร์ไฮเวย์ ก็รถติดเหลือแสน
 ซูเปอร์แมน ก็เก่งกาจเหลือเชื่อ
 เมื่อกี้หนึ่งที ฉันครีมีใจ อยากทดลองใช้ เอสไซ้ ซูเปอร์ดีเซล
 ชาย : เอสไซ้ซูเปอร์ ดีเซล 357 ใหม่ ผสมหัวเชื้อโซล่า
 ให้เครื่องยนต์แรงด้วยพลัง ช่วยการเผาไหม้
 ลดควันดำ ยืดอายุการใช้งาน
 เพลง : เอสไซ้ดีเซล, ซูเปอร์ ดีเซลเหลือเชื่อเพราะหัวเชื้อโซล่า
 เครื่องแรง แถมช่วยรักษาทนทานคุ้มค่า
 แรงล้ำหน้า แรงได้นาน

วัตถุประสงค์ แนะนำผลิตภัณ์ท์น้ำมันดีเซล 357 สูตรปรับปรุงใหม่
 ที่ให้พลังแรง และยืดอายุการใช้งาน

กลุ่มเป้าหมาย ผู้ขับขีรถบรรทุก

แนวความคิด ใช้เพลงลูกทุ่งที่สนุกสนาน เป็นการดำเนินเรื่อง



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

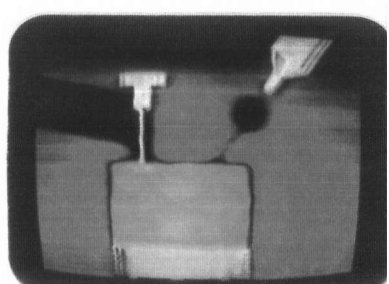
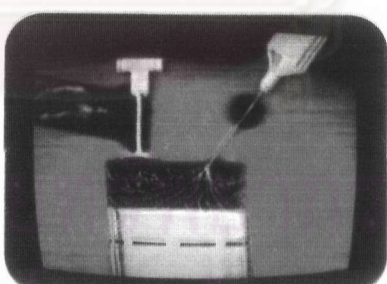
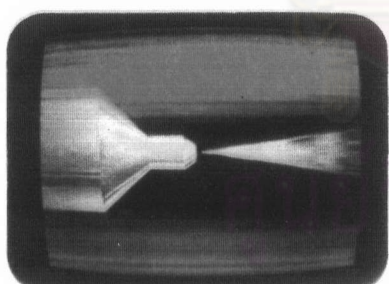
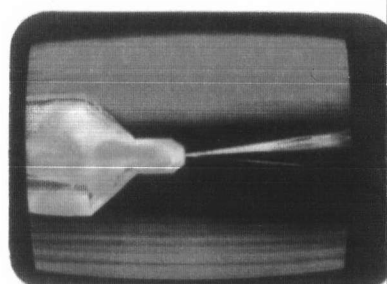
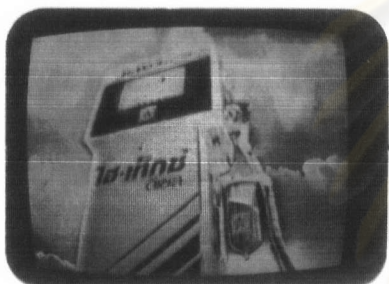
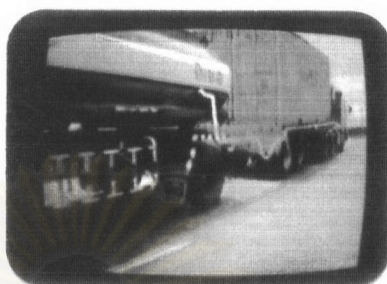
บริษัท คาลเท็กซ์
 ผลิตภัณฑ์ ไฮ-เท็กซ์ ดีเซล
 ชื่อเรื่อง ไมโครนิก พิลเตอร์ (30 วินาที)
 วันที่ เมษายน 2530

ชาย : เพราะเครื่องยนต์ดีเซลของคุณเผาผลาญสิ้นเปลือง
 เราจึงมีน้ำมันดีเซลใหม่ HITEC DIESEL ชนิดแรง
 ที่มีเครื่องไมโครนิก พิลเตอร์ กรองน้ำมันให้สะอาดทุก ๆ หยด
 คุ่มครองเครื่องยนต์ให้ทำงานเต็มประสิทธิภาพ
 ไม่เปลืองน้ำมันเติมพลังบริสุทธิ์
 หยุดความสิ้นเปลืองกับ HITEC DIESEL
 พลังบริสุทธิ์ จาก คาลเท็กซ์

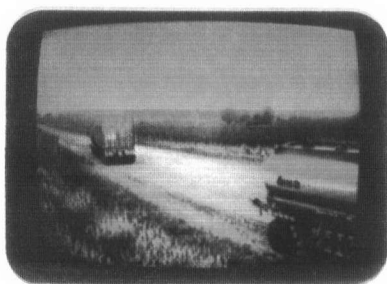
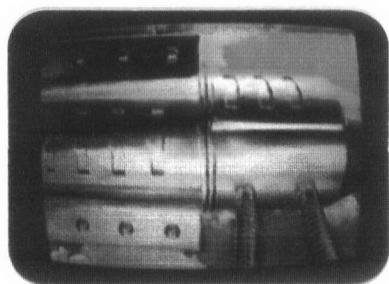
วัตถุประสงค์ แนะนำน้ำมันดีเซลใหม่ HITEC DIESEL
 สร้างความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ HITEC DIESEL
 ว่าเป็นน้ำมันที่สะอาด


กลุ่มเป้าหมาย ผู้ขับขี่/เจ้าของรถเครื่องยนต์ดีเซลโดยเฉพาะรถบรรทุก

แนวความคิด แสดงให้เห็นถึงคุณสมบัติของน้ำมันที่ผ่านการกรองจากเครื่องไมโครนิก
 พิลเตอร์ ว่าสะอาด ทำให้เครื่องยนต์ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย





ประวัติโดยย่อของบริษัทน้ำมันรายใหญ่

ศูนย์วิทยพัทยาการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย

การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย (ปตท.) เป็นบริษัทน้ำมันแห่งชาติ ก่อตั้งเมื่อวันที่ 29 ธันวาคม 2521 โดยพระราชบัญญัติ ปตท. พ.ศ. 2521 เป็นรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม โดยรวมองค์การก๊าซธรรมชาติ และองค์การเชื้อเพลิงเข้าด้วยกัน

ปตท. มีภารกิจในการประกอบธุรกิจปิโตรเลียมครบวงจร นับตั้งแต่การสำรวจ พัฒนา ขนส่ง กลั่น จำหน่าย สำรอง และดำเนินธุรกิจต่อเนื่อง เพื่อสร้างความมั่นคงทางพลังงานและสนับสนุนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ

ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2535 เป็นต้นมา ปตท. ได้ปรับโครงสร้างใหม่ โดยแบ่งธุรกิจออกเป็นส่วน ๆ ในรูปของหน่วยธุรกิจ ประกอบด้วย ปตท. สำนักงานใหญ่ และหน่วยธุรกิจ 4 หน่วย คือ ธุรกิจน้ำมัน ธุรกิจก๊าซธรรมชาติ ธุรกิจปิโตรเคมี และธุรกิจบริการกลาง เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ปัจจุบัน ปตท. มีสถานบริการกว่า 1200 สถานี ซึ่งนับเป็นบริษัทน้ำมันรายใหญ่ที่มีจำนวนสถานบริการมากที่สุด อีกทั้งยังเป็นแกนนำในการค้นคว้าวิจัยผลิตภัณฑ์ที่ช่วยลดมลภาวะ เป็นผู้นำการจำหน่ายน้ำมันคุณภาพสูงสุดในราคาที่เป็นธรรม มีการขยายกิจการไปดำเนินธุรกิจ ในต่างประเทศ เช่น จีน เวียดนาม ลาว เขมร ฟิลิปปินส์ ฯลฯ มีบริษัทในเครือที่เป็นที่ยอมรับของประชาชนทั่วโลกกว่า 15 บริษัท นิตยสารทางธุรกิจของสหรัฐอเมริกา "ฟอร์จูน อินเตอร์เนชันแนล" ซึ่งเป็นหนังสือที่ได้รับการยอมรับในวงการธุรกิจสากล ได้จัดอันดับ ปตท. ให้เป็น 1 ใน 500 บริษัทชั้นนำที่ใหญ่ที่สุดของโลก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บริษัท เซลล์ (ประเทศไทย) จำกัด

ธุรกิจค้าน้ำมันของเซลล์ เริ่มจากบริษัทเซลล์ ทรานสปอร์ต แอนด์เทรดดิ้ง จำกัด ได้นำผลิตภัณฑ์ของบริษัทรอยล์ ดัทช์ บีโตรเลียม ซึ่งเป็นน้ำมันก๊าดตรามงกุฏ เข้ามาสู่ประเทศไทยเป็นครั้งแรกเมื่อวันที่ 23 กันยายน 2453 ตรงกับรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาจุฬาลงกรณ์ พระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5

จากนั้นในปี 2457 ได้ก่อตั้งบริษัท เอเซียติก บีโตรเลียม (สยาม) จำกัด ชั้นที่ตรอกโอเรียลเต็ล (ซอยบูรพาในปัจจุบัน) พร้อมทั้งจัดตั้งท่ารับสินค้าขาเข้าชั้นที่บางประกอก และได้ดำเนินกิจการจนเจริญรุดหน้าขึ้นอย่างรวดเร็ว ต่อมาได้ก่อตั้งคลังน้ำมันช่องนนทรี ซึ่งกลับกลายเป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ในปัจจุบัน

และในปี 2489 บริษัทเอเซียติก บีโตรเลียม (สยาม) จำกัด ก็ได้เปลี่ยนชื่อบริษัทใหม่เป็นบริษัทเซลล์แห่งประเทศไทย จำกัด

ในปี 2490 ได้รับซื้อโรงน้ำมัน และอุปกรณ์ต่าง ๆ จากกรมเชื้อเพลิงที่ช่องนนทรี ทำให้บริษัทมีถังเก็บน้ำมัน ท่อ และสะพานทำน้ำในคลังของเซลล์เอง ตลอดจนคลังน้ำมันในต่างจังหวัดด้วย

ปัจจุบัน เซลล์มีสถานบริการน้ำมันอยู่ทั่วประเทศ และมีบริษัทในเครือขายอีกเป็นจำนวนมาก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บริษัท เอสโซ่ สแตนดาร์ด ประเทศไทย จำกัด

เอสโซ่ หรือชื่อเต็มว่า บริษัท เอสโซ่ สแตนดาร์ด ประเทศไทย จำกัด ได้เริ่มงานด้านธุรกิจน้ำมันในประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2437 ในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ในรูปสาขาของบริษัทสแตนดาร์ด ออยล์ ซึ่งอยู่ในสหรัฐอเมริกาด้วย พนักงานเริ่มต้นเพียง 30 คน

เอสโซ่ เริ่มต้นด้วยการนำน้ำมันก๊าดตราไก่ และตรานกอินทรี รวมไปถึงผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำมันหล่อลื่นเข้ามาจำหน่าย ซึ่งกิจการเติบโตขึ้นเป็นลำดับมีการจัดตั้งศูนย์บริการเพื่อจำหน่ายน้ำมันในกรุงเทพฯ และได้สร้างคลังน้ำมันต่างจังหวัดขึ้นที่จังหวัดลำปางเป็นแห่งแรก

ในปี 2470 ได้เริ่มนำน้ำมันดีเซล เข้ามาจำหน่าย

หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 สงบลง เอสโซ่ได้รับซื้อกิจการคลังน้ำมันช่องนนทรีจากกรมเชื้อเพลิงร่วมกับบริษัทเชลล์ จนกระทั่งปลายปี 2490 จึงได้แยกตัวออกมาดำเนินการเอง โดยอิสระ

ในปี 2508 เอสโซ่ตั้งอาคารสำนักงานใหญ่แห่งแรก ที่มูมถนนเดโชต่อ ถนนสุขุมวงศ์ พร้อมกับน้ำมันเบนซินเอสโซ่เอ็กซ์ตราเข้ามาจำหน่าย และในปีเดียวกันนั้นเอง เอสโซ่ก็ได้จดทะเบียนใหม่เป็นบริษัทเอสโซ่ สแตนดาร์ด ประเทศไทย จำกัด และต่อมาในปี 2515 ได้ย้ายอาคารสำนักงานใหญ่ไปอยู่ที่ถนนพระราม 4

จากบริษัทสาขาเล็ก ๆ ได้เติบโตขึ้น จนเป็นบริษัทข้ามชาติที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งในประเทศไทย กระทั่งปัจจุบันเอสโซ่สามารถสนองความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมได้ถึงหนึ่งในสี่ของความต้องการในประเทศไทยทั้งหมด

บริษัท คาลเท็กซ์ ประเทศไทย จำกัด

คาลเท็กซ์ เข้าสู่ตลาดเมืองไทยเมื่อปี 2491 ในรูปของสถานีปลายทางส่งน้ำมันที่กรุงเทพฯ จากนั้นในปี 2492 จึงได้ตั้งบริษัทฯ สาขาขึ้นเป็นแห่งแรกทำการจำหน่ายปลีกผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม โดยการบริหารที่มีการร่วมมือประสานนโยบายอย่างใกล้ชิดกับบริษัท คาลเท็กซ์ปิโตรเลียม จำกัด สำนักงานใหญ่ในเมืองดัลลัส รัฐเท็กซัส ประเทศสหรัฐอเมริกาตลอดมา ตั้งแต่แรกเริ่มกระทั่งปัจจุบัน

ในปี 2520 คาลเท็กซ์ ได้สร้างโรงกลั่นน้ำมันขึ้นและในปี 2523 คาลเท็กซ์ได้แนะนำผลิตภัณฑ์ "คาลเท็กซ์ ซีเอ็กซ์ 3" จนมีชื่อเสียงทั่วประเทศไทย พร้อมกับขยายสถานีบริการน้ำมันเพิ่มขึ้นอีก

การขยายกิจการครั้งสำคัญของคาลเท็กซ์ เกิดขึ้นในเดือนกันยายน 2525 โดยการซื้อกิจการทั้งหมดของบริษัท ชัมมิต

ต่อมาคาลเท็กซ์ได้ขยายฐานอีกครั้ง ด้วยการเข้าไปจัดจำหน่ายแก๊สปิโตรเลียมเหลว (แอลพีจี) ของโรงกลั่นน้ำมันไทยออยล์ ซึ่งคาลเท็กซ์ถือหุ้นอยู่ 5 เปอร์เซ็นต์ และคาลเท็กซ์ยังมีแผนระยะยาวที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในโครงการพัฒนา แก๊สธรรมชาติของการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย (ปตท.) อีกด้วย

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันบริษัท คาลเท็กซ์ ปิโตรเลียม จำกัด เป็นผู้ลงทุนในกิจการน้ำมันคาลเท็กซ์ทั้งหมด ดำเนินงานภายใต้นโยบายหลัก 4 ประการ คือ ดำเนินกิจการภายใต้กรอบและขอบเขตกฎหมายไทย ช่วยเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจของชาติและมุ่งให้การประกอบการเป็นไปด้วยดี โดยยึดมั่นในหลักการของคาลเท็กซ์ ขยายขอบเขตการพัฒนาอุตสาหกรรมในท้องถิ่นและแลกเปลี่ยนการค้ากับนานาประเทศ ด้วยสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ และสุดท้ายเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง พร้อมด้วยการวิจัยและพัฒนาตลอดเวลา เพื่อให้ได้สินค้าคุณภาพในต้นทุนต่อหน่วยต่ำสุด

ประวัติผู้เขียน



นางพุทธชาติ มุกดาประกร เกิดเมื่อวันที่ 6 ธันวาคม พ.ศ. 2495 ที่จังหวัด นครราชสีมา สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี วารสารศาสตร์บัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสาร มวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เมื่อปีการศึกษา 2518 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2534 ปัจจุบันทำงานที่ส่วนโฆษณาและพัฒนาการบริหารสถานีการปิโตรเลียม แห่งประเทศไทย



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย