

## การบริการสารสนเทศผ่านโฆษณาโทรทัศน์

ในบทนี้ผู้วิจัยจะกล่าวถึงการบริการสารสนเทศผ่านโฆษณาโทรทัศน์ โดยมุ่งทำความเข้าใจถึงคุณสมบัติ (characteristics) และลักษณะ (modes) ของการบริการสารสนเทศดังกล่าว ทั้งนี้มีประเด็นสำคัญดังต่อไปนี้

### คุณสมบัติของการบริการสารสนเทศในรูปแบบโฆษณาทางโทรทัศน์

จากคุณสมบัติทั่วไปของการบริการ ตามที่ Christian Gronroos (1990) สรุปไว้ได้แก่

- การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้
- การบริการมีความหลากหลาย
- การผลิตและการจัดจำหน่ายตลอดจนการบริโภค เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นในเวลา

เดียวกัน

- การบริการเป็นกิจกรรมหรือกระบวนการ
- คุณค่าของการบริการได้รับการผลิตโดยการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย
- ลูกค้ามีส่วนร่วมในการผลิต
- การบริการไม่สามารถเก็บสต็อกได้
- การบริการไม่สามารถโอนกรรมสิทธิ์กันได้

เมื่อนำคุณสมบัติดังกล่าวมาพิจารณาถึงโฆษณาทางโทรทัศน์ในฐานะที่เป็นบริการในรูปแบบหนึ่งคือ การบริการสารสนเทศ (information service) นั้น สามารถสรุปคุณสมบัติสำคัญของการบริการสารสนเทศผ่านโฆษณาโทรทัศน์ได้ดังนี้

### 1. เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้

เนื่องจากการบริการสารสนเทศผ่านโฆษณาเป็นลักษณะของการแจ้งข้อมูลบางประการที่สามารถจะเป็นความรู้แก่ผู้บริโภค เช่น ผู้บริโภคสามารถทราบถึงสรรพคุณสินค้า ราคาจำหน่าย รูปลักษณ์ตัวสินค้า นอกจากนั้นการบริการสารสนเทศในรูปแบบการโฆษณานี้ยังเป็นลักษณะของความรู้สึกที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคเมื่อได้เห็นภาพ เสียง หรือข้อความในโฆษณานั้น ๆ มากกว่า เช่น รู้สึกประทับใจพอใจกับนักแสดงในเรื่องโฆษณา เกิดความรู้สึกอยากทดลองใช้สินค้าหลังจากได้รับสารสนเทศบางประการเกี่ยวกับสินค้านั้น ซึ่งทั้งความรู้และความรู้สึกนั้นเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เนื่องจากไม่มีตัวตนแต่อย่างใด ด้วยเหตุนี้ การบริการสารสนเทศผ่านโฆษณาโทรทัศน์จึงมีคุณสมบัติเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้

### 2. มีความหลากหลาย

การได้รับบริการสารสนเทศผ่านโฆษณาโทรทัศน์ของผู้บริโภคคนหนึ่ง อาจจะแตกต่างกับผู้บริโภคคนอื่นได้ โดยเฉพาะผู้บริโภคซึ่งอยู่ในกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน หรือมีความต้องการต่างกัน ตัวอย่างเช่น สารสนเทศที่ให้บริการไว้ในโฆษณาสินค้าประเภทเครื่องซักผ้า ผู้บริโภคบางคนอาจมองว่าเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์สำหรับเขา เนื่องจากขณะนั้นเขากำลังมองหาเครื่องซักผ้าใหม่ ในขณะที่ผู้บริโภคคนอื่นอาจรู้สึกเฉย ๆ กับบริการสารสนเทศดังกล่าว เพราะในขณะนั้น เขาไม่ได้มีความต้องการที่จะได้ตัวสินค้ามาแต่อย่างใด ลักษณะนี้จะเห็นได้ว่า การบริการสารสนเทศนั้นมีคุณสมบัติประการหนึ่งคือ ความหลากหลาย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับตัวผู้รับบริการสารสนเทศนั้น

### 3. เป็นกิจกรรมหรือกระบวนการ

การโฆษณาจัดเป็นการสื่อสารในรูปแบบหนึ่ง ซึ่งการสื่อสารนั้นจะมีคุณสมบัติประการหนึ่งคือ เป็นกระบวนการ ได้แก่เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยอาศัยการทำงานร่วมกันขององค์ประกอบต่าง ๆ ทั้งนี้ องค์ประกอบหลักของการสื่อสาร คือ ผู้ส่งสาร สื่อ ผู้รับสาร และบริบทแวดล้อม ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า การบริการสารสนเทศผ่านโฆษณาโทรทัศน์ ก็คือการบริการสารสนเทศในรูปแบบของกระบวนการการสื่อสารนั่นเอง กล่าวคือ การโฆษณาทางโทรทัศน์เป็นกระบวนการของการส่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตัวสินค้า การบริการ หรือห้างร้าน จากผู้ส่งสารซึ่งมีผู้ที่เกี่ยวข้องที่สำคัญคือ เจ้าของผลิตภัณฑ์ ผู้ออกแบบสารโฆษณา และผู้ตรวจพิจารณาโฆษณา ผ่านสื่อโทรทัศน์โดย

การซื้อเวลา ไปยังผู้บริโภคซึ่งก็คือผู้รับสาร โดยที่การส่งผ่านนั้นเป็นไปภายใต้บริบทต่าง ๆ ซึ่งลักษณะดังกล่าวนี้จะต่อเนื่องกันเป็นกระบวนการ แต่ไม่สามารถมองเป็นรูปธรรมได้

#### 4. การผลิตและการจัดจำหน่ายตลอดจนการบริโภคเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นในเวลา

##### เดียวกัน

ดังกล่าวไว้ข้างต้นว่า การบริการสารสนเทศผ่านโฆษณาโทรทัศน์ มีคุณลักษณะสำคัญคือ เป็นกระบวนการของการส่งสารสนเทศบางประการจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคภายใต้บริบทต่าง ๆ ทาง , ลังคม ทั้งนี้การส่งผ่านสารสนเทศดังกล่าวนั้น หากจะพิจารณาไปแล้วก็คือ การส่งผ่านภาพ เสียง หรือ ข้อความ ซึ่งเป็นตัวที่ก่อให้เกิด "ความหมาย" ซึ่งทำให้ผู้บริโภครับทราบถึงสารสนเทศนั่นเอง

ดังนั้น การบริการสารสนเทศผ่านโฆษณาโทรทัศน์จึงเป็นการส่งผ่านความหมายต่าง ๆ ที่เป็นสารสนเทศไปยังผู้บริโภค ความหมายดังกล่าวถูกสร้างขึ้นมาจากภาพ เสียง ข้อความ และการลำดับภาพที่ปรากฏในเรื่องโฆษณา ซึ่งเมื่อโฆษณาดังกล่าวถูกนำออกอากาศ และเมื่อภาพ เสียง ข้อความ และการลำดับภาพนั้นจะปรากฏแก่ผู้บริโภค ผู้บริโภคซึ่งเป็นผู้เปิดรับโฆษณาจะเป็นผู้บริโภค ความหมายดังกล่าวเข้าไป การเปิดรับความหมายดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคสามารถทราบถึงสารสนเทศต่าง ๆ ที่โฆษณานั้นแจ้งออกมาได้ไม่ว่าจะเป็น ทราบถึงราคาสินค้า ทราบถึงบริการที่ห้างร้านจะมีให้ ทราบถึงข้อเสนอพิเศษ ฯลฯ จากลักษณะดังกล่าวนี้จะเห็นได้ว่า การผลิต การจัดจำหน่าย ตลอดจน การบริโภคความหมายซึ่งเป็นที่มาของสารสนเทศต่าง ๆ นั้น เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นในเวลา เดียวกัน ตัวอย่างเช่น โฆษณาสินค้าซึ่งมีชื่อตราห้อยและชื่อรุ่นว่า MAZDA 626 ภาพรถที่ปรากฏใน โฆษณาดังกล่าว คือความหมายที่ส่งผ่านออกมา ซึ่งผู้บริโภคที่เปิดรับโฆษณาในขณะนั้นจะเห็นภาพรถที่ ปรากฏและจะบริโภคความหมายที่เกิดขึ้นจากภาพรถนั้น การบริโภคความหมายดังกล่าวถือเป็นความ เข้าใจว่า ภาพรถที่ปรากฏนั้นก็คือ รถมาสด้า รุ่น 626 ตามชื่อที่ได้แจ้งไว้ นั่นเอง ซึ่งก็คือการแจ้ง สารสนเทศเกี่ยวกับรูปลักษณะของสินค้า

#### 5. คุณค่าของการบริการมาจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

เนื่องจากการบริการสารสนเทศผ่านโฆษณาโทรทัศน์เป็นความเกี่ยวข้องของระหว่างการผลิตและการจำหน่ายความหมายที่ก่อให้เกิดสารสนเทศจากผู้ขายสินค้าหรือผู้ผลิต กับการบริโภค



ความหมายดังกล่าวของผู้ที่อยู่ในฐานะผู้ซื้อหรือผู้บริโภค ด้วยเหตุนี้ คุณค่าของการบริการจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อความหมายที่ผู้ผลิตสร้างขึ้นและจัดจำหน่ายออกมา กับความหมายที่ผู้บริโภคซึ่งเปิดรับโฆษณารับทราบนั้น เข้ากันได้ อีกนัยหนึ่งคือ คุณค่าของการบริการสารสนเทศในรูปแบบโฆษณาโทรทัศน์นั้น จะเกิดจากความเข้าใจในภาพ เสียง หรือข้อความ อันเป็นที่มาของความหมายต่าง ๆ ที่ตรงกันระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค ทั้งนี้การที่ความเข้าใจที่ตรงกันดังกล่าวจะเกิดขึ้นได้นั้น ต้องอาศัยการปฏิสัมพันธ์ของบุคคลทั้งสองฝ่าย แต่ทั้งนี้ ปรโชนามีข้อจำกัดอยู่ว่าการปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั้นไม่สามารถแสดงออกโดยตรงทันที

การปฏิสัมพันธ์ของผู้ผลิตต่อผู้บริโภค จะออกมาในลักษณะของการคำนึงถึงความพอใจของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ไม่ว่าจะโดยอาศัยการสำรวจทัศนคติ การวิจัยโฆษณา หรือการวิจัยสินค้า เป็นต้น ส่วนการปฏิสัมพันธ์ของผู้บริโภคต่อผู้ส่งสารโฆษณานั้น จะออกมาในรูปของความรู้สึก หรือความเข้าใจที่เขามีให้แก่สารสนเทศในโฆษณา ซึ่งความรู้สึกหรือความเข้าใจดังกล่าว ผู้บริโภคไม่สามารถแสดงให้ผู้ส่งสารได้รับทราบต่อหน้าทันที หากแต่สามารถแสดงออกในลักษณะเช่น การซื้อ/ไม่ซื้อสินค้า การกล่าวชม/ตำหนิโฆษณาที่ได้เห็น หรืออาศัยการแสดงปฏิสัมพันธ์โดยผ่านสื่ออื่น ๆ เช่น ผ่านบทวิจารณ์โฆษณาในหนังสือต่าง ๆ ทั้งนี้หากการปฏิสัมพันธ์ของทั้งสองฝ่ายนี้เป็นไปได้อย่างดี จะมีส่วนช่วยเสริมคุณค่าของสารสนเทศในโฆษณาให้โดดเด่นขึ้น

#### 6. โดยทั่วไปลูกค้าจะมีส่วนในกระบวนการผลิต

ในการบริการสารสนเทศผ่านโฆษณาโทรทัศน์นั้น ลูกค้าหรือผู้บริโภคมีส่วนในกระบวนการผลิตในลักษณะที่ว่า การผลิตเรื่องโฆษณานั้นมีการคำนึงถึง ความต้องการ ความนิยม ทัศนคติ หรือพฤติกรรมบริโภคของกลุ่มเป้าหมายก่อนที่จะมีการสร้างสารสนเทศเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้บริการไปยังผู้บริโภค ทั้งนี้ก็เพื่อความพอใจของผู้บริโภคต่อเนื้อหาสาระที่อยู่ในโฆษณา ซึ่งจะเกี่ยวเนื่องถึงความพอใจในสินค้า บริการ หรือห้างร้าน ที่โฆษณานั้นด้วย เหตุนี้จึงกล่าวได้ว่า การบริการสารสนเทศผ่านโฆษณาโทรทัศน์นั้น ลูกค้ามีส่วนในกระบวนการผลิตในทางอ้อม

#### 7. ไม่สามารถเก็บในสต็อกได้

เนื่องจากสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีคุณสมบัติประการหนึ่งคือ สิ่งที่เสนอผ่านนั้นจะเป็น



ลักษณะของการผ่านไปตามเวลา ไม่สามารถย้อนกลับมาดูใหม่ได้ แม้ว่าจะมีการบันทึกเทปโทรทัศน์ไว้ แต่อย่างไรการบันทึกเทปนั้นก็ไม่สามารถนำมาชมได้ในเวลาเดิมที่ผ่านไปได้ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าการนำเสนอโฆษณาทางโทรทัศน์เมื่อผ่านเวลาหนึ่งไปแล้วจะผ่านไปเลย ไม่สามารถเก็บไว้ได้ ตัวอย่างเช่น กรณีที่ผู้ผลิตสินค้ามีแผนการตลาดที่ต้องการนำข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าของตนเผยแพร่ไปยังผู้บริโภคพร้อมกันทั่วประเทศในเวลาใดเวลาหนึ่งโดยมีการแจ้งให้ผู้บริโภคทราบล่วงหน้า หากผู้บริโภคไม่สามารถติดตามโฆษณาที่ถูกนำเสนอในวันเวลาที่กำหนด เขาก็ไม่สามารถย้อนมาดูได้อีก เนื่องจากเวลาได้ผ่านไปแล้ว, ลักษณะนี้คือการบริการสารสนเทศในรูปแบบการโฆษณาโทรทัศน์นั้นไม่สามารถเก็บสารสนเทศในรูปแบบของการโฆษณาสต็อคไว้ได้ หรือกรณีที่ผู้บริโภคบันทึกเทปโฆษณาดังกล่าวไว้ สิ่งที่จะเก็บไว้จะไม่ใช่การได้รับบริการสารสนเทศในเวลาที่กำหนดไว้

อย่างไรก็ตาม หากผู้บริโภคสนใจที่จะติดตามการบริการข่าวสารจากโฆษณาดังกล่าวจริง ๆ แล้ว เขาอาจจะรอคอยที่จะชมเมื่อโฆษณานั้นถูกนำออกอากาศในเวลาต่อไป ซึ่งลักษณะนี้กล่าวได้ว่าเป็นการเก็บลูกค้าไว้ในสต็อคนั่นเอง

#### 8. ไม่สามารถโอนกรรมสิทธิ์ได้

การบริการสารสนเทศผ่านโฆษณาโทรทัศน์เป็นลักษณะสาธารณะ กล่าวคือ ผู้บริโภคทุกคนที่สามารถเปิดรับโทรทัศน์ได้ ก็สามารถรับบริการสารสนเทศจากโฆษณาโทรทัศน์ได้ทั้งสิ้น แต่อย่างไร การที่ผู้บริโภครับบริการดังกล่าวมา ผู้บริโภคไม่ได้กรรมสิทธิ์ในสิ่งของใด ๆ ถึงแม้กรณีที่ผู้บริโภคทำการบันทึกเทปเรื่องโฆษณาใด ๆ สิ่ง que ผู้บริโภคมีเป็นกรรมสิทธิ์เป็นเพียงเทปบันทึกโฆษณานั้น ไม่ใช่ตัวสารสนเทศ และด้วยเหตุที่ไม่มีการโอนกรรมสิทธิ์นี้เอง ทำให้ไม่สามารถโอนกรรมสิทธิ์ในตัวการบริการสารสนเทศกันได้

จากที่กล่าวมาทั้งหมดเป็นการยืนยันในระดับหนึ่งได้ว่า โฆษณาทางโทรทัศน์นั้นมีคุณสมบัติของการบริการ ซึ่งการบริการในรูปแบบการโฆษณานั้น เป็นลักษณะของกิจกรรมเกี่ยวกับการพูดเพื่อขาย หรือการให้คำแนะนำเพื่อจะนำผู้ขาย และผู้ซื้อมาพบกัน (activities of specialized sales talk and specialized advice in bringing together potential sellers and buyers) ลักษณะดังกล่าวนี้ Fritz Machlup (1972) ได้ให้แนวคิดไว้ว่า เป็นการบริการ

สารสนเทศ (Information service) ประเภทหนึ่ง ด้วยเหตุนี้จึงสามารถพิจารณาถึงการ  
โฆษณาในฐานะที่เป็น การบริการสารสนเทศให้แก่ผู้บริโภคในรูปแบบหนึ่ง ทั้งนี้การบริการนั้นจะมี  
ลักษณะต่าง ๆ ดังจะได้กล่าวถึงในหัวข้อต่อไป

### ลักษณะการบริการสารสนเทศผ่านโฆษณาโทรทัศน์

ดังกล่าวไว้ว่า การบริการสารสนเทศเป็นการบริการในลักษณะของกระบวนการสื่อสาร ซึ่ง  
ในการสื่อสารนั้นจะมีลักษณะของวัตถุประสงค์ต่าง ๆ กัน เช่น การสื่อสารเพื่อต้องการกระตุ้น ให้คำ  
แนะนำ ให้การยืนยัน หรือต้องการเพียงบอกกล่าวธรรมดาเท่านั้น

จากการศึกษาโฆษณาโทรทัศน์ในงานวิจัยนี้ พบว่า การสื่อสารสารสนเทศ หรืออีกนัยหนึ่งคือ  
การบริการสารสนเทศผ่านโฆษณาโทรทัศน์นั้น สามารถจำแนกเป็นลักษณะต่าง ๆ 20 ประการด้วยกัน  
ดังนี้

#### 1. การบริการสารสนเทศในลักษณะการระบุตัว (identification)

การบริการสารสนเทศลักษณะนี้ได้แก่ การจัดหาข้อมูลข่าวสารแก่ผู้บริโภค เพื่อช่วย  
ให้ผู้บริโภคราบได้ว่าสินค้า การบริการ หรือบริษัทห้างร้าน ที่ปรากฏในเรื่องโฆษณาทางโทรทัศน์นั้น  
คืออะไร มีชื่อเรียก มีคุณลักษณะประจำตัว หรือมีรูปร่างหน้าตาอย่างไร ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่า  
การบริการสารสนเทศในลักษณะการระบุตัวนั้น ประกอบด้วยการแจ้งสารสนเทศในประเด็นต่าง ๆ  
ดังนี้คือ

##### 1.1 การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับชื่อและเครื่องหมายแทนตัวผลิตภัณฑ์

การแจ้งสารสนเทศส่วนนี้เป็นส่วนสำคัญในโฆษณาโทรทัศน์ทุกประเภททุกเรื่อง  
โดยเป็นการแจ้งให้ผู้บริโภคราบได้ว่า สินค้า บริการหรือสถาบันห้างร้านที่ปรากฏในเรื่องโฆษณานั้น  
มีชื่อเรียกอย่างไร เป็นสินค้า บริการ หรือบริษัทห้างร้านใด การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับชื่อและ  
เครื่องหมายแทนตัวผลิตภัณฑ์สามารถจำแนกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1.1.1 การแจ้งชื่อตราหือ (Brand) ได้แก่การบอกกล่าวถึง ชื่อ ชื่อความ  
 สัญลักษณ์ หรือภาพที่คิดขึ้นหรือทั้งหมดผสมผสานกัน โดยมีเจตนาที่จะใช้เป็นตัวแทนของสินค้าบริการหรือ  
 สถาบัน ของผู้ผลิตหรือเจ้าของสินค้านั้นหรือกลุ่มหนึ่ง รวมทั้งเพื่อเป็นลักษณะแสดงถึงความแตก  
 ต่างจากผู้ผลิตรายอื่น ๆ ตราหือนั้นแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ชื่อของตราหือ (Brand name) และ  
 เครื่องหมายการค้า (Trademark) โดยชื่อของตราหือประกอบไปด้วย คำ ตัวอักษร หรือตัวเลขซึ่ง  
 สามารถอ่านออกเสียงได้เช่น บรีส โทโยต้า เนสกาแฟ ฯลฯ ส่วนเครื่องหมายการค้าอาจจะเป็น  
 รูปสัญลักษณ์รูปสัตว์รูปดอกไม้หรือจะเป็นตัวอักษรประดิษฐ์แบบใด ๆ ก็ได้ทั้งสิ้น เช่น รูปเครื่องหมายรถ  
 เบนซ์ (วิไลรัตน์ อารมิตร์, 2534)

หากจะกล่าวไปแล้ว การแจ้งสารสนเทศในลักษณะนี้ คล้ายกับการที่เราให้ชื่อ  
 แก่บุคคลเพื่อเป็นการให้คำจำกัดความร่วมกันว่า เรากำลังพูดหรืออ้างอิงถึงคน ๆ โดยนะทำการ  
 สื่อสาร แต่สำหรับการโฆษณา นั้น การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับชื่อ หรือเครื่องหมายแทนตัวสินค้า  
 การบริการ หรือบริษัทห้างร้าน ที่ได้รับการนำมาโฆษณาจะช่วยให้ผู้บริโภคได้ทราบว่า สิ่งที่มีคุณสมบัติ  
 คุณภาพ ตามที่เขาต้องการคือสินค้า การบริการ หรือบริษัทห้างร้านใด เช่น หากผู้บริโภคสนใจใน  
 รูปลักษณ์ของสินค้า ที่แจ้งไว้ในเรื่องโฆษณาและต้องการซื้อ การแจ้งชื่อหรือเครื่องหมายประจำตัว  
 ของสินค้านั้น ทำให้ผู้บริโภคสามารถระบุชื่อสินค้ากับคนขายได้ถูกต้อง

ตัวอย่างเช่น ผงซักฟอก"บรีส" การให้ชื่อว่า "บรีส" เป็นการระบุว่าสินค้า  
 ดังกล่าวเป็นสินค้าที่ไม่ใช่ผงซักฟอก "แอทแทค" หรือผงซักฟอก"เปา" นอกจากนั้น การแจ้งข้อมูล  
 เกี่ยวกับการระบุชื่อสินค้านี้ ช่วยให้ผู้บริโภคทราบว่าสารสนเทศอื่นที่แจ้งผ่านโฆษณาผงซักฟอก"บรีส"  
 เรื่องเดียวกันนั้น เป็นสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเรียกว่า"บรีส" เท่านั้น เช่นเดียวกับ  
 ยาสีฟัน "คอลเกต" ซึ่งเป็นสินค้าที่ไม่ใช่ยาสีฟัน"ไกลซ์ด" หรือยาสีฟัน"นาโรคอนแทกซ์" บริการ  
 สายการบิน"ไชน่าแอร์ไลน์" ไม่ใช่ "การบินไทย" เป็นต้น

1.1.2 การแจ้งชื่อรุ่นหรือแบบ นอกจากการแจ้งตราหือของสินค้าแล้ว  
 โฆษณาบางเรื่องยังแจ้งชื่อรุ่นหรือแบบของผลิตภัณฑ์ไว้ด้วย ทั้งนี้เพื่อระบุสิ่งที่ได้รับการนำมาโฆษณาให้  
 ชัดเจนยิ่งขึ้น กล่าวคือ นอกจากผู้บริโภคจะสามารถระบุได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ใดแล้ว ผู้บริโภคนั้นยังทราบ



เพิ่มเติมว่าผลิตภัณฑ์นั้นเป็นรุ่นหรือแบบใดเฉพาะเจาะจงลงไปอีก การแจ้งสารสนเทศในส่วนนี้  
ปรากฏอยู่เฉพาะในโฆษณาสินค้าเท่านั้น ไม่ปรากฏในโฆษณาบริการ บริษัทห้างร้าน หรือสถาบัน

การแจ้งชื่อรุ่นหรือแบบสินค้า เป็นการช่วยให้ผู้บริโภคระบุถึงรุ่นหรือแบบของ  
สินค้ายี่ห้อหนึ่ง ๆ ที่มีจำหน่ายในท้องตลาดซึ่งอาจเป็นสิ่งที่เขาต้องการได้ โฆษณาสินค้าประเภท  
ยานพาหนะและสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นโฆษณาที่มักจะมีการให้บริการสารสนเทศในส่วนนี้  
อย่างเห็นได้ชัด เช่น โฆษณารถยนต์นิสสัน มีโฆษณาหลายเรื่องที่ปรากฏทางโทรทัศน์ ซึ่งแต่ละเรื่องจะ  
เน้นที่รุ่นใดรุ่นหนึ่งโดยเฉพาะ ได้แก่ โฆษณานิสสันบลูเบิร์ด โฆษณานิสสันเซฟิโร โฆษณานิสสันบิกเอ็ม  
ปิกอัพ ซึ่งจะมีลักษณะของสินค้าแตกต่างกับออกไปตามรุ่น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องรูปลักษณ์หรือราคา แม้จะ  
อยู่ภายใต้ตราชื่อเดียวกัน เช่นเดียวกับกับโฆษณาเตอริโอโซนี่ดำเนินเรื่องโฆษณาเน้นที่รุ่นของสินค้า  
คือ ซุปเปอร์ ไดนา พาวเวอร์ โฆษณาเครื่องเล่นวิดีโอมีตซูบิชิ เน้นแจ้งว่าสินค้าที่โฆษณานั้นเป็นรุ่น  
MX1 เช่นเดียวกับโทรทัศน์สีพานาโซนิคซึ่งในโฆษณาเน้นแจ้งว่าเป็นรุ่นเคอะวัน นอกจากนั้นมีปรากฏใน  
โฆษณาสินค้าประเภทอาหารเครื่องนุ่งห่มบางเรื่องเช่น โฆษณาชั้นในชายเจ-เพรส แจ้งว่าเป็นรุ่น  
บอดีอิต เป็นต้น

นอกจากนั้นโฆษณาโทรทัศน์บางเรื่อง มีการแจ้งสารสนเทศระบุชื่อแบบสินค้าซึ่ง  
เป็นการบริการสารสนเทศเกี่ยวกับคุณสมบัติบางประการของสินค้าไปพร้อมกัน เช่น แชมพูผสมครีมนวด  
ไโดเมนชั่น ทูอินวันชันสกรีน ซึ่งเป็นการแจ้งไปในตัวว่าสินค้านั้นเป็นแชมพูผสมครีมนวด มีความ  
สามารถในการป้องกันเรือนผมจากแดดกล้า หรือกรณีที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนผสมเช่น แชมพูแพนทิน  
โปร-วี เป็นการแจ้งว่าแชมพูตราชื่อดังกล่าวผสมโปรวิตามินบี ทั้งนี้ทราบได้จากบริบทสารสนเทศอื่น  
ในเรื่องโฆษณา หรือโฆษณาเครื่องสำอางผสมอัลกอฮอล์ เช่น จอห์นนี่ วอร์ดเกอร์ เรดเลเบล  
จอห์นนี่ วอร์ดเกอร์ แบล็คเลเบล เน้นแจ้งสีฉลากสินค้าซึ่งเป็นตัวระบุแบบของสุราให้ผู้บริโภคทราบ

อย่างไรก็ตามการแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับชื่อหรือเครื่องหมายระบุตัวสินค้า บริการ  
หรือบริษัทห้างร้านในโฆษณาผลิตภัณฑ์บางประเภทมีลักษณะต่างออกไปจากกรณีทั่วไปที่กล่าวไว้ข้างต้น  
กล่าวคือ จะไม่ออกมาในรูปของตราชื่อโดยตรงแต่มักจะเป็นชื่อเรียกสินค้าหรือบริการเป็นสำคัญ  
ได้แก่

โฆษณาโครงการอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งนอกจากจะแจ้งชื่อโครงการอันเป็นส่วนสำคัญในโฆษณาทุกเรื่อง เช่น ไพลินสแควร์ กฤษดาชิต์กอล์ฟฮิลล์ อาคารว่องวานิช วินด์มิลล์ ปาร์ค คันทรีคลับ แล้วยังมีการระบุชื่อโครงการใหญ่ต้นสังกัด เช่น ในโฆษณาโครงการไพลินสแควร์ตอนท้ายได้แจ้งชื่อเมืองทองธานี ซึ่งเป็นโครงการใหญ่ที่มีโครงการไพลินสแควร์เป็นส่วนหนึ่ง หรือโฆษณาโครงการกฤษดาชิต์กอล์ฟฮิลล์ ซึ่งแจ้งว่า เป็นส่วนหนึ่งของโครงการกฤษดานคร นอกจากนั้นโฆษณาบางเรื่องยังแจ้งระบุถึงลำดับโครงการ เช่น โฆษณาโครงการกฤษดาชิต์กอล์ฟฮิลล์ มีการแจ้งเพิ่มเติมว่าเป็นโครงการกฤษดานคร โครงการที่ 26

โฆษณาสินค้าประเภทสิ่งตีพิมพ์และหนังสือ นอกจากจะมีการแจ้งระบุชื่อหนังสือและตราหัวหนังสือ เช่น อินไซด์ทีวี โลกกีฬารายวัน ประชาชาติธุรกิจ โฆษณาบางเรื่องมีการแจ้งชื่อส่วน (section) เค้นในหนังสือ เช่น หนังสือพิมพ์ข่าวสด ภาคบันเทิง นิตยสารสตรีสาร ภาคผู้ชาย

โฆษณาสินค้าเพื่อการบันเทิง เห็นได้ชัดจากโฆษณาสินค้าประเภทเทปเพลงหรือเทปบันทึกภาพ ซึ่งมีการแจ้งชื่อศิลปิน ทั้งศิลปินเดี่ยว และกลุ่มศิลปิน เช่น ไอรีค ทัช ณ ตะกั่วทุ่ง คณะเพชรอุบล ป.ฉลาดน้อย-อังคนางค์ ไมโคร ตึก ชิโร่ หรืออัน สิริคุปต์ เมทนี แชน เป็นต้น รวมทั้งแจ้งชื่อชุดเทป เช่น The Quartet Happiness มิวสิควิดีโอคาราโอเกะของชอบชุดที่สอง เทปชุดชะตาฟ้า เทปคีตละครชุดกำแพงบุญ นอกจากนั้นโฆษณาเทปเพลงบางเรื่องยังนำลำดับชุดเทป มารระบุไว้ด้วย เช่น เทปชุดอมตะเปียโนชุดที่ 1 นิรนาม หยิบลิบ 6 มิวสิควิดีโอคาราโอเกะของชอบชุดที่ 2

โฆษณาบริการบันเทิงและสันทนาการมีการแจ้งถึงชื่อรายการแสดง ได้แก่ ชื่อเรื่อง ภาพยนตร์ เช่น กะโหลกบางตายช้ากะโหลกหนาตายก่อน ชื่อการแสดงบนเวที เช่น เดอะลอนดอน ซิตี บัลเลต์ คอนเสิร์ตออบทวอกฮิตเจบวกแหวน ชื่อรายการหรือละครโทรทัศน์ เช่น หนึ่งรอบบ่าย รายการซูเปอร์กอล์ฟ บริจสโตนโอเฟ่น 1991 ละครเรื่องกำแพงบุญ เป็นต้น นอกจากนี้มีการระบุชื่อชุดหรือชื่อตอน ซึ่งปรากฏเฉพาะในโฆษณาบริการการแสดงบนเวที และโฆษณารายการโทรทัศน์บางเรื่อง เช่น โฆษณาการแสดงเดอะ ลอนดอน ซิตี บัลเลต์ มีการแจ้งว่าจะเป็นการแสดงชุดสวอนเลค โฆษณาไลน์ ทอล์ค โชว์ แจ้งว่า เป็นชุด ถนนชีวิต สำหรับรายการโทรทัศน์นั้น จะแจ้งชื่อตอน หรือภาพยนตร์ที่นำมาฉายในรายการ เช่น รายการหนึ่งรอบบ่ายเสนอมภาพยนตร์เรื่อง

โอกินาวา สมรภูมิรบ เหตุเกิดที่สัน.ตอน ขอเป็นพระเอก เป็นต้น นอกจากนั้นในโฆษณาประเภทนี้ บางเรื่องยังได้แจ้งชื่อตอนย่อย เช่น สารคดีโลกสลับลี ตอนพุกามประเทศ แจ้งว่าจะนำตอนดินแดน แห่งพุกามประเทศ ซึ่งเป็นตอนหนึ่งในพุกามประเทศมาเสนอฉาย ซึ่งเป็นสารสนเทศที่ปรากฏไม่มากนัก

การแจ้งสารสนเทศในลักษณะที่กล่าวมาทั้งหมดล้วนเป็นการให้บริการสารสนเทศใน ลักษณะของการระบุตัว ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภคสามารถระบุตัวสินค้า บริการ หรือห้างร้านที่ต้องการได้

### 1.2 การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับรูปลักษณะของตัวสินค้า

ได้แก่ การแจ้งให้ทราบว่าสินค้ามีรูปร่างหน้าตาอย่างไรบ้าง กล่าวคือ แจ้ง ให้ทราบถึงสี รูปทรง ขนาดซึ่งเป็นบริการสารสนเทศส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้บริโภคระบุตัวสินค้าได้ จากรูปร่างหน้าตานั้น การแจ้งสารสนเทศในลักษณะนี้ปรากฏเด่นชัดในโฆษณาสินค้าประเภทเครื่องใช้ ไฟฟ้า เครื่องใช้ในครัวเรือน ยานพาหนะอุปกรณ์รถยนต์ อาคารเครื่องนุ่งห่ม สิ่งตีพิมพ์ รวมถึงโฆษณา สินค้าบริโภค-อุปโภคบางเรื่องซึ่งเน้นจุดขายที่ตัวสินค้าเป็นสำคัญ ตัวอย่างเช่น

โฆษณาสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้ามีการแจ้งถึงรูปลักษณะภายนอกของสินค้า ซึ่ง หมายรวมถึงแจ้งให้ทราบว่าสินค้านั้นมีส่วนประกอบใดด้วย เช่น ปุ่มเปิดปิดสแตเตอร์โอ ช่องใส่เทป วิดีโอ ช่องใส่ผ้าสำหรับซักในเครื่องซักผ้าอยู่บริเวณใดของตัวเครื่อง หรือแจ้งแม้กระทั่งชื่อตราชื่อ หรือรุ่นที่ปรากฏบนตัวสินค้า นอกจากนั้นโฆษณาสินค้าบางตัวเน้นรูปลักษณะภายใน ได้แก่ ตู้เย็นซาร์ป ซึ่ง ให้เห็นรูปลักษณะภายในตู้เย็นโดยเน้นให้เห็นระบบขจัดกลิ่นซึ่งเป็นจุดขายของตัวสินค้า ทั้งนี้อาจให้เห็น ในลักษณะภาพรวมหรือเน้นที่ส่วนใดส่วนหนึ่งเฉพาะก็ได้

โฆษณาสินค้าประเภทยานพาหนะ โดยมากจะให้เห็นรูปทรงภายนอกของสินค้าทั้งด้าน หน้า ด้านข้าง และด้านหลัง ซึ่งจะมีชื่อตราชื่อ หรือบางเรื่องมีชื่อรุ่นแจ้งไว้ด้วยซึ่งจะช่วยให้การ ระบุตัวสินค้าได้ชัดเจนขึ้น นอกจากนั้นโฆษณาบางเรื่องให้สารสนเทศเกี่ยวกับตัวสินค้าโดยเน้นที่ส่วน เด่นนอกเหนือจากให้เห็นรูปลักษณะทั้งหมดแล้ว เช่น โฆษณาจักรยานเฟสสัน ให้เห็นภาพใกล้ในส่วนที่ สวมมยางซึ่งติดอยู่กับตัวรถ และบันไดถีบของรถ จักรยานยนต์ยามาฮ่า เน้นส่วนไฟ ล้อ เป็นต้น



นอกจากนั้นโฆษณาสินค้าบริโภค-อุปโภคบางเรื่องซึ่งใช้ตัวสินค้าเป็นจุดขาย เช่น โฆษณาแปรงสีฟันออรัล-บี อินดิเคเตอร์ ซึ่งเน้นแจ้งสารสนเทศในส่วนที่เกี่ยวกับตัวสินค้าว่า โดยให้เห็นภาพแปรงสีฟัน พร้อมแจ้งว่ามีแถบสีฟ้าที่ขนแปรงเพื่อบอกการหมดอายุของแปรง หรือโฆษณาผ้าอนามัยวิสเปอร์พลัส ซึ่งเน้นแจ้งว่า ตัวสินค้านั้นเป็นผ้าอนามัยแบบมีปีก หุ้มด้วยแผ่นใยทรายวิฟ โดยให้เห็นภาพตัวสินค้าประกอบด้วย

### 1.3 การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์

การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์หรือหีบห่อสินค้าเป็นส่วนสำคัญในโฆษณาที่โดยลำพังตัวสินค้าแล้วไม่มีส่วนสำคัญที่แตกต่างกัน เช่น สินค้าประเภทเครื่องดื่ม จะมีสีส้มหรือรูปลักษณะเป็นของเหลวคล้ายคลึงกัน สินค้าประเภทยานิตเม็ตบรรจุเสร็จ จะไม่ค่อยมีความแตกต่างกัน หากนำมาไว้รวมกันอาจแยกแยะได้ยากว่าสินค้าใดมีตราหือใด ในลักษณะนี้รูปลักษณะตัวสินค้าไม่ใช่จุดขายสำคัญ ดังนั้นจึงต้องอาศัยบรรจุภัณฑ์เป็นตัวระบุความแตกต่างของสินค้า รวมไปถึงการสร้างจุดสนใจและจดจำได้เมื่อเห็น การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ปรากฏเด่นชัดในโฆษณาสินค้าประเภทอาหาร เครื่องดื่ม ขนมและของขบเคี้ยว ยาและเวชภัณฑ์ เครื่องสำอางและของใช้ส่วนตัว รวมทั้งสินค้าเพื่อความบันเทิง ได้แก่พวกเทปเพลง ซึ่งต้องอาศัยปกเทปเป็นตัวแสดงความแตกต่างสำคัญ

การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์สินค้า เป็นการแจ้งให้ทราบว่าคุณภาพสินค้าบรรจุไว้จำหน่ายในหีบห่อแบบใด สีอะไร มีข้อความสำคัญหรือลวดลายใดเป็นที่สังเกตบนหีบห่อ ข้อมูลเหล่านี้จะเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยให้ผู้บริโภคระบุสินค้าที่ตนต้องการ การแจ้งสารสนเทศดังกล่าวจึงจัดเป็นการบริการสารสนเทศในลักษณะของการระบุตัวได้อีกประการหนึ่ง ทั้งนี้การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ผ่านโฆษณาโทรทัศน์ มีสาระสำคัญดังต่อไปนี้คือ

- แจ้งรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ การแจ้งให้ทราบว่าคุณภาพของหีบห่อสินค้าเป็นอย่างไร เช่น บรรจุในกระป๋อง เช่น เบียร์สิงห์แคน บรรจุกล่อง เช่น ขวดยา ผงซักฟอก หรือที่เห็นชัดคือ บรรจุในขวดซึ่งมีปากขวดโค้งงอคล้ายคอเบ็ด ของสินค้าน้ำยาล้างห้องน้ำตราเบ็ด

- แจ้งลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ได้แก่

- บรรจุภัณฑ์เดี่ยว ได้แก่ การแจ้งว่าสินค้าถูกห่อหุ้มไว้เพียงชั้นเดียว เช่น



ของขนมกรอบคัม คัม หมากฝรั่งเคเทกิน ขวดน้ำมันเครื่อง

- บรรจุภัณฑ์สองชั้น ได้แก่ การมีหีบห่อ ย่อยบรรจุในหีบห่อใหญ่อีกชั้นหนึ่ง เช่น คุกกี้เคเทมาแต่ละชั้นบรรจุในซองซึ่งอยู่ในกระป๋องกลมอีกชั้นหนึ่ง

- บรรจุภัณฑ์หลายลักษณะ ได้แก่ สินค้าชนิดเดียวกัน ลักษณะเดียวกัน แต่บรรจุในหีบห่อต่าง ๆ กันเช่น โฆษณาลูกอมคุกกี้ ลูกอมอัลลส์รสน้ำผึ้งผสมเลมอน ปรากฏภาพหีบห่อของลูกอมแต่ละเม็ด และขวดโหลบรรจุเม็ดลูกอมดังกล่าวจำนวนมากซึ่งเป็นหีบห่อที่พบได้ตามร้านค้าจำหน่าย ข้าวโพดกรอบค่อนเน่ มีจำหน่ายในรูปหีบห่อแบบบรรจุซอง และแบบบรรจุกระป๋อง คุกกี้ อิมพีเรียล มีทั้งแบบบรรจุกล่องสี่เหลี่ยมและแบบบรรจุกระป๋องกลมขนาดต่าง ๆ โดยมากเป็นบริการสารสนเทศผ่านโฆษณาสินค้าประเภทลูกอม

- แจ้งบรรจุภัณฑ์ตามชนิดสินค้า ได้แก่ หีบห่อในลักษณะเดียวกัน ต่างกันที่สี หรือสัญลักษณ์บ่งบอกชนิดของสินค้า เช่น ซอสถั่วเหลืองตราภูเขาทอง ให้เห็นว่าสินค้าบรรจุในขวดเช่นเดียวกัน แต่มีสีฝาต่าง กัน 2 สี คือ แดง และเขียว แสดงความแตกต่างบางประการของสินค้า ซึ่งมีทั้งการระบุชื่อชนิดสินค้า และให้เห็นแต่บรรจุภัณฑ์ซึ่งมีบางส่วนที่ต่างกันเท่านั้น

นอกจากนั้น การแจ้งถึงบรรจุภัณฑ์สินค้ายังแฝงการแจ้งถึงสารสนเทศอื่นบางประการที่เกี่ยวกับสินค้าจากการแจ้งรายละเอียดของสินค้าที่ปรากฏให้เห็นได้บนบรรจุภัณฑ์ หรือฉลากสินค้าด้านหน้า ซึ่งมีส่วนสำคัญในการช่วยระบุตัวสินค้า การแจ้งสารสนเทศดังกล่าวได้แก่

- ตราสัญลักษณ์ของสินค้า ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ปรากฏบนหีบห่อสินค้าทุกชนิด
- ลวดลายบนหีบห่อสินค้า มักปรากฏในสินค้าประเภทขนมและของขบเคี้ยว
- ภาพหรือสัญลักษณ์แจ้งชนิดหรือแบบของสินค้า เช่น โฆษณาผงปรุงรสรสดี มีสัญลักษณ์บอกรสคือ กุ้ง ไก่ หมู เป็นต้น
- ภาพตัวอย่างสินค้าที่บรรจุในหีบห่อ เช่น โฆษณาถั่วโกโก้ ให้เห็นภาพถั่วบนกระป๋องสินค้า
- ภาพตัวอย่างสินค้าปรุงเสร็จ ปรากฏในสินค้าประเภทอาหาร เช่น โฆษณาเบหมี กิ่งลำไ้จรูป

อย่างไรก็ตาม การแจ้งถึงบรรจุภัณฑ์ซึ่งเป็นการบริการสารสนเทศในลักษณะของ

การระบุประการหนึ่งนั้น ค่อนข้างจะมีข้อจำกัด เนื่องจากโดยทั่วไปบรรจุกฎที่สินค้าจะมีลักษณะ คล้ายคลึงกัน ดังนั้นการแจ้งสารสนเทศในส่วนนี้จึงควรต้องแจ้งควบคู่ไปกับชื่อสินค้า หรือบริการด้วย

นอกจากนั้น ในบรรจุกฎที่สินค้าบางชิ้น มีการแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับ เครื่องหมาย รับรองจากองค์กรที่เกี่ยวข้อง เช่น องค์กรอาหารและยา (อ.ย.) สำนักงานมาตรฐาน อุตสาหกรรม (มอก.) หรือเครื่องหมายเซลส์ชวนชิม น้ำหนักสุทธิ ปริมาตร หรือขนาดบรรจุของสินค้า รวมทั้งราคา

การแจ้งสารสนเทศบางประการของบรรจุกฎที่นี้ ยังสามารถจัดได้ว่าเป็นการบริการ สารสนเทศในลักษณะของการรับรอง ได้แก่การแจ้งถึงเครื่องหมายรับรองที่ปรากฏ หรือเป็นการ บริการสารสนเทศในลักษณะตัวอย่าง ได้แก่ ภาพตัวอย่างสินค้าบนหีบห่อ แต่ทั้งนี้ไม่ได้มีการแจ้งไว้ อย่างชัดเจน สำหรับการบริการสารสนเทศในลักษณะการรับรอง และการให้ตัวอย่างนั้นจะได้กล่าวถึง ในหัวข้อต่อไป

#### 1.4 การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย

การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายของสินค้า หรือผู้ให้บริการ ที่ได้รับการนำมาโฆษณาเป็นส่วนหนึ่งของการบริการสารสนเทศในลักษณะของการระบุถึงผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ ช่วยให้ผู้บริโภคทราบว่า สินค้าหรือบริการดังกล่าวเป็นของใคร การแจ้งสารสนเทศ ดังกล่าวปรากฏชัดในโฆษณาเช่น โฆษณาสินค้าประเภทยาและเวชภัณฑ์ ยานพาหนะ โครงการ อสังหาริมทรัพย์ และสินค้าประเภทเทปเพลง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

โฆษณาสินค้าประเภทยา เช่น โฆษณายานูต้า แจ้งไว้อย่างเด่นชัดในตอนท้ายว่า "นู ต้าของโอสโตสกา" พร้อมกับปรากฏข้อความชื่อบริษัท โอสโตสกา (เต็กเองหญู) จำกัด หรือ โฆษณายานูราเจล ระบุว่าผู้เป็นเจ้าของคือ ห้างขายยานูราโอสโต

โฆษณายานพาหนะ เช่น รถยนต์นิสสันเซฟิโร รถกระบะนิสสัน บิ๊กเอ็ม บิตโอ - บริษัทสยามกลการ จำกัด รถกระบะอิซูซุ-บริษัท ตรีเพชโรอิซูซุ รถจักรยานยนต์ยามาฮ่า-สยามกรุ๊ป



โฆษณาโครงการอสังหาริมทรัพย์ เช่น โฆษณาไพลินสแควร์ นอกจากจะแจ้งว่าเป็นโครงการหนึ่งของโครงการเมืองทองธานีแล้ว ยังได้เพิ่มเติมด้วยว่า โครงการเมืองทองธานีเป็นของบริษัท บางกอกแลนด์ หรือโฆษณาโครงการกฤษดาชิต์กอล์ฟฮิลล์ แจ้งไว้ในตอนท้ายว่าเป็นโครงการที่ดำเนินการโดย กฤษดานคร

โฆษณาสินค้าประเภทเทพเพลง แจ๊ซซิ่ง หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิต และผู้จัดจำหน่าย ไว้ในตอนท้ายเสมอ เช่น เทปกัมปะนี ไม่มีจำกัด แจ๊ซสัญลักษณ์ของบริษัท แกรมมี่ และ เอ็มจีเอ เทปแสงระวี-คีตาเรคคอร์ด เทปสละไม้สารพัดพิษ-ท็อปไลน์ ,โตมอนต์ เทปรวมอดีตฤทธิพร-รดไฟดนตรี เทปชุดอีสานบ้านเฮา-พีจีเอ็ม เป็นต้น

ฯลฯ

#### 1.5 การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์

ได้แก่การแจ้งคำหรือข้อความสั้น ๆ ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภคทราบว่า สินค้า บริการ หรือบริษัทห้างร้านที่นำมาโฆษณานั้น ใช้สำหรับทำอะไร หรือบริษัทห้างร้านนั้นดำเนินกิจการเกี่ยวกับอะไร การบริการสารสนเทศลักษณะนี้นับเป็นส่วนสำคัญอีกประการหนึ่งที่โฆษณาโทรทัศน์มีให้ โดยทั้งนี้จะแจ้งไว้ในชื่อตราชื่อ (brandname) ของผลิตภัณฑ์ เช่น ชื่อบริษัท ไทยสมุทรพาณิชย์ ประกันภัย" คุณลักษณะของบริการที่แจ้งไว้คือ "การประกันภัย" และตราชื่อคือ "ไทยสมุทรพาณิชย์ประกันภัย" หรือแจ้งไว้ควบคู่กับสารสนเทศที่แจ้งตราชื่อ (brand) ซึ่งรวมถึงการปรากฏร่วมกับชื่อตราชื่อ และเครื่องหมายการค้า เช่น โฆษณาน้ำยารีดผ้าเรียบไอซิน คุณลักษณะของสินค้าที่แจ้งไว้คือ "น้ำยารีดผ้าเรียบ" และตราชื่อสินค้าคือ "ไอซิน" โฆษณา ยาจุดกันยุงตราไบคอน คุณลักษณะของสินค้าที่แจ้งไว้คือ "ยาจุดกันยุง" และตราชื่อสินค้าคือ "ไบคอน" โฆษณา จักรยานยนต์ ยามาฮ่า เบลล์ คุณลักษณะของสินค้าที่แจ้งไว้คือ "จักรยานยนต์" และตราชื่อคือ "ยามาฮ่า" รุ่น "เบลล์" บัตรเครดิตชิตีแบงก์กวีซ่า คุณลักษณะสินค้าที่แจ้งไว้คือ "บัตรเครดิต" และตราชื่อคือ "ชิตีแบงก์กวีซ่า" ฯลฯ

อย่างไรก็ตาม สารสนเทศในส่วนนี้ไม่ได้แจ้งไว้โดยคำบรรยาย หรือปรากฏเป็นข้อความโดยตรงชัดเจนเท่านั้น โฆษณาบางเรื่องแจ้งสารสนเทศในส่วนนี้ผ่านภาพ โดยเฉพาะที่เป็น การโฆษณาสินค้า เช่น โฆษณารถยนต์ มักจะไม่กล่าวถึงในเรื่องโฆษณาว่า "รถยนต์นี้สั่น เซพี่โร"

หรือ "รถยนต์มีตลับขุบิชิ แชมป์ทู" แต่มักจะกล่าวถึงชื่อตราหือ และชื่อรุ่นเท่านั้น คือ "นิสสัน เซฟิโร่" หรือ "มีตขุบิชิ แชมป์ทู" แต่ผู้บริโภคก็สามารถทราบได้ว่าสินค้าที่กล่าวถึงในโฆษณานั้นคือ รถยนต์อันเป็นคุณลักษณะของสินค้า ทั้งนี้เพราะมีภาพรถยนต์ให้เห็น ทั้งนี้ หากจะกล่าวไปแล้ว สินค้า บริการ หรือบริษัทห้างร้าน ที่นำมาโฆษณานั้นไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะใหม่ถอดด้าม แต่โดยมากจะเป็นการโฆษณาสินค้า บริการ บริษัทห้างร้าน ที่มีคุณลักษณะเดิม จะต่างกันไปเพียงที่ตราหือ หรือรุ่นของสิ่งเหล่านั้น ดังนั้นแม้จะไม่มีกรกล่าวถึงคุณลักษณะเด่นของสินค้าไว้ แต่จากสารสนเทศแวดล้อมอื่นก็ทำให้สามารถระบุได้ว่าสินค้าที่อยู่ในโฆษณานั้นมีคุณลักษณะเช่นไร

## 2. การบริการสารสนเทศลักษณะที่ให้ความปลอดภัย (safety)

การบริการสารสนเทศในลักษณะนี้ ได้แก่การแจ้งสารสนเทศบางประการที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้น โดยแจ้งผ่านโฆษณาโทรทัศน์ไปยังผู้บริโภค การแจ้งสารสนเทศที่เข้าข่ายการบริการสารสนเทศในลักษณะที่ให้ความปลอดภัยที่เด่นชัด ได้แก่ การแจ้งคำเตือนและข้อห้ามในการใช้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในโฆษณาสินค้าประเภทเครื่องดื่มชูกำลัง และสินค้าประเภทยาและเวชภัณฑ์ ตัวอย่างเช่น โฆษณายาบรรเทาหวัดทีพี ยานาลูแทบ และยาบูร่าเจล มีการแจ้งไว้ว่า "ก่อนใช้ยาควรอ่านคำเตือนในฉลากหรือเอกสารกำกับยาให้ละเอียด"

นอกจากนั้น มีการแจ้งคำเตือนในลักษณะที่ให้รายละเอียดคำแนะนำและข้อห้าม เช่น โฆษณายาบรรเทาหวัด 120 อี และยานูต้า แจ้งเป็นข้อ ๆ ดังนี้ คือ

1. ควรรับประทานยาหลักอาหารทันทีแล้วดื่มน้ำตามมากๆและไม่ควรใช้ยานี้บรรเทาอาการปวดเมื่อยเนื่องจากการทำงานหนัก
2. ขณะใช้ยานี้ห้ามดื่มสุราหรือของมีนเมา
3. ให้อ่านคำเตือนบนฉลากหรือเอกสารกำกับยาก่อนใช้"

โฆษณาเครื่องดื่มดรามแจ้งไว้ว่า "ห้ามดื่มเกินวันละ 2 ขวด เพราะหัวใจจะสั่นและนอนไม่หลับ เด็กและสตรีมีครรภ์ไม่ควรดื่ม ผู้ป่วยปรึกษาแพทย์ก่อน" โฆษณาเครื่องดื่มลิโพวิตัน-ดี และเครื่องดื่มสปอนเซอร์ แจ้งว่า "เด็กและทารกไม่ควรรับประทาน" และ "รับประทานวันละไม่เกิน 1 ลิตร " โฆษณายาแก้ไอน้ำดำตรางู ระบุว่า ห้ามใช้ยานี้ในเด็กที่อายุต่ำกว่า 6 ปี คนชราห้ามใช้ยา



นี้ติดต่อกัน 3 วัน เป็นต้น ทั้งนี้จะสังเกตได้ว่าการแจ้งสารสนเทศดังกล่าวจะเน้นในเรื่องเงื่อนไขการนำสินค้าไปบริโภค และปริมาณการบริโภคเป็นสำคัญ

เครื่องตีประเภทนมบางประเภทโดยเฉพาะนมข้น มีสารสนเทศในเรื่องความปลอดภัยโดยแจ้งไว้ว่า "อย่าใช้เลี้ยงทารก" โฆษณาสินค้าประเภทของใช้ในครัวเรือนโดยมากจะแจ้งไว้กับสินค้าที่เป็นยาฆ่าแมลง หรือเกี่ยวข้องกับสารเคมี เช่น คำเตือน "ก่อนใช้ควรอ่านฉลากให้ละเอียด" ซึ่งเป็นสารสนเทศที่ปรากฏในโฆษณาวิม อควิน เฟรชชีบลู เป็ด และเชลล์ทอกซ์ เป็นต้น โฆษณาสินค้าประเภทเครื่องสำอางและของใช้ส่วนตัวมีแจ้งไว้ เช่น โฆษณาครีมแก้ฝ้ามีกิ แจ้วว่า "โปรดอ่านเอกสารกำกับยาอย่างละเอียดก่อนใช้"

การบริการสารสนเทศเกี่ยวกับความปลอดภัย ยังหมายรวมถึงการแจ้งถึงความสำคัญของความมั่นคงในอนาคต ซึ่งการแจ้งสารสนเทศดังกล่าวมักปรากฏในโฆษณาการบริการทางการเงินและการประกันภัยในลักษณะที่ว่าการใช้บริการได้ให้หลักประกันแก่นักการตลาดแจ้งสารสนเทศ ในลักษณะนี้เป็นการนำเอาความต้องการพื้นฐานด้านความปลอดภัยของมนุษย์มาประกอบ นอกจากนั้นการบริการสารสนเทศในลักษณะการให้ความปลอดภัย อาจออกมาในรูปของคำเตือนเกี่ยวกับการเลียนแบบโฆษณาโดยเฉพาะโฆษณาบางเรื่องที่มีภาพผาดโผน เช่น โฆษณารถยนต์มีตลับขีปนาวุธ ซึ่งมีความหมายของรถขับด้วยความเร็วสูงไปตามหาดทรายเพื่อไล่ตามนักกระโดดร่ม มีข้อความแจ้งคำเตือนว่า "ภาพที่เห็น เป็นการแสดงประกอบการโฆษณาเท่านั้น"

อย่างไรก็ตามจะสังเกตได้ว่าการบริการสารสนเทศในลักษณะการให้ความปลอดภัยนี้ เป็นเพียงบริการประกอบเท่านั้น โดยมากมักจะให้ข้อความที่ปรากฏชั่วเวลาไม่นาน หรือปรากฏเป็นตัวอักษรขนาดเล็กมุ่มใดมุ่มหนึ่ง หรือมีการกล่าวซ้ำเพียงสั้น ๆ เท่านั้น การบริการสารสนเทศในลักษณะนี้ เป็นบริการที่ได้รับการกำหนดตามระเบียบราชการว่าต้องมีให้แก่ผู้บริโภค โดยเฉพาะกรณีที่เป็นโฆษณาสินค้าประเภทยาและเวชภัณฑ์ หรือสิ่งทีอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพร่างกาย

### 3. การบริการสารสนเทศในลักษณะการรับรอง (recommendation)

การบริการสารสนเทศในลักษณะของการให้การรับรองนั้น ประกอบด้วย การแจ้ง



สารสนเทศในเรื่องต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

### 3.1 การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับผู้ผลิต หรือผู้จัดจำหน่ายสินค้า

การบริการสารสนเทศในลักษณะของการรับรองนั้นเห็นได้ประการหนึ่งจากข้อมูลที่แจ้งถึงผู้ผลิต หรือผู้จัดจำหน่ายสินค้า โดยเฉพาะผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก หรือนำเชื่อถือ เช่น ลิเวอร์ บราเตอร์ ซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าตราหีบอริส พรอกเตอร์ แอนด์ แกมเบล ซึ่งเป็นผู้ผลิตสินค้าตราหีบอริส ชื่อเสียงของผู้ผลิต หรือผู้จัดจำหน่ายนี้ กล่าวได้ว่าเป็นการรับรองถึงคุณภาพสินค้าแก่ผู้บริโภคไปในตัว

นอกจากนั้น การแจ้งถึงการเป็นเจ้าของเดียวกันซึ่งมักปรากฏในโฆษณาสินค้า ยารักษาโรคบางเรื่อง จัดเป็นการให้บริการสารสนเทศในลักษณะของการรับรองเช่นกัน ทั้งนี้การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับเจ้าของเดียวกันนี้ สามารถสรุปได้ 2 ลักษณะคือ

- การแจ้งสารสนเทศของสินค้าตราหีบอริสที่มาจากผู้ผลิตหรือเจ้าของเดียวกัน เช่น ยาโครทีซินคริม แจ้งว่าเป็นเจ้าของเดียวกับยาไฮโซแลกซ์ โดยแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ ชื่อสินค้า และสรรพคุณแทรกเข้าไปด้วย โฆษณายาระบายไฮโซแลกซ์ในตอนท้าย มีการแจ้งสารสนเทศของยาโทนาฟ ซึ่งเป็นยาที่ใช้กับอาการน้ำกัดเท้าโดยแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ ชื่อสินค้าของยาโทนาฟไว้ด้วย เป็นต้น

- การแจ้งว่าเป็นเจ้าของเดียวกับสินค้าตราหีบอริสแต่เป็นชนิดอื่น เช่น โฆษณายาซีม่าคริม แจ้งในตอนท้ายแจ้งว่า เป็นเจ้าของเดียวกับซีม่าโลชั่น ยาน้ำสกินเดียว แจ้งว่าเป็นเจ้าของเดียวกับสกินเดียวครีมและสบู่อินเดียว โดยแสดงภาพบรรจุภัณฑ์ของสินค้าดังกล่าว ซึ่งปรากฏชื่อสินค้าไว้ด้วย หรือยากระหิษเส้นทรานาติทอง แจ้งไว้ว่าเป็นเจ้าของเดียวกับยาหอมตราฤาษีทรงม้า เป็นต้น

### 3.2 การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับระยะเวลาการดำเนินการ

การแจ้งระยะเวลาการดำเนินงานเป็นส่วนหนึ่งของการบริการสารสนเทศในลักษณะการรับรอง กล่าวคือ กรณีที่มีการแจ้งว่า สินค้าหรือบริการมีการดำเนินการมาเป็นเวลา

นาน จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกว่าคุณค่า หรือบริการได้รับความนิยม มีความน่าเชื่อถือ หรือ จัดจำหน่ายมาได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งให้ความหมายถึงการรับรองสินค้าหรือบริการนั้นไปในตัว การแจ้งสารสนเทศในลักษณะนี้เห็นได้ชัดเจนในโฆษณาบางเรื่อง เช่น โฆษณาห้างสรรพสินค้าอิมพีเรียล แจ้งว่าครบรอบ 8 ปี จึงจัดรายการลดราคา ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า ครบรอบ 10 ปี พาต้า ลลองครบรอบ 16 ปี ซึ่งโฆษณาดังกล่าวแจ้งระยะเวลาในการดำเนินการไว้เป็นสารสนเทศหลัก โฆษณาสินค้าประเภทยาและเวชภัณฑ์ เช่น โฆษณายาดีคอลเจนมีส่วนที่แจ้งว่าดำเนินงานมา 25 ปี ยาซีมาโลชั่นแจ้งว่าจำหน่ายมานานกว่า 40 ปี ยาแก้ไอน้ำดำแอลพี ตราเสือดาว แจ้งว่าซื้อนี้รู้จักมา จนปัจจุบัน และมีจำหน่ายมานาน ยาววดหาย 120 อี แจ้งว่าดำเนินงานมา 50 ปี ซึ่งแจ้งถึงระยะเวลาการดำเนินงานไว้เป็นสารสนเทศประกอบในตอนท้ายของเรื่องโฆษณา ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็น การบริการสารสนเทศในลักษณะของการรับรอง

นอกจากนั้น เช่น โฆษณาโครงการไพลินสแควร์ 2 มีการแจ้งว่าเป็นโครงการที่เปิด ขึ้นเพราะโครงการแรกมีคนจองหมดแล้ว ซึ่งในส่วนนี้เท่ากับเป็นการแจ้งผลการดำเนินงานไปในตัว และมีโฆษณาบางเรื่องเน้นระยะเวลาการดำเนินงานของเจ้าของโครงการ เช่น บริษัท บางกอก แลนด์ ซึ่งเป็นเจ้าของเมืองทองธานี ได้รับการแจ้งไว้ในโฆษณาโครงการในเครือคือ ไพลินสแควร์ว่า ดำเนินงานมา 25 ปีแล้ว

### 3.3 การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน

ได้แก่การแจ้งถึงผลสำเร็จของการขายสินค้า หรือความนิยมในบริการที่นำมา โฆษณา ซึ่งจัดเป็นการบริการสารสนเทศในลักษณะของการรับรองแก่ผู้บริโภคได้เช่นกัน ตัวอย่าง เช่นที่ปรากฏในโฆษณารถกระบะโตโยต้า ไฮลักซ์ ไมตี้เอกซ์ ซึ่งมีการแจ้งว่าบริษัทผู้ผลิตสามารถ ผลิตรถรุ่นดังกล่าวครบ 250,000 คัน ตั้งแต่ค.ศ. 1975-1990 หรือโฆษณาเทปเพลงบางเรื่องมี การแจ้งจำนวนชุดเทปที่ผลิตออกจำหน่าย เช่น เทปชุดจูบไม่หวาน ของสันติ ดวงสว่าง แจ้งว่ามีผล งานมาแล้ว 6 ชุด เทปสุนารีคาราโอเกะ ชุดที่ 7 ซึ่งเป็นการแจ้งว่ามีผลงานมาแล้ว 7 ชุด เป็นต้น และการแจ้งผลความสำเร็จในการจำหน่าย เช่น เทปชุดชมดาว ของไวพจน์ เพชรสุพรรณ แจ้งให้ ทราบว่า เทปชุดก่อนคือ เทปชุดวัวแม่ลูกอ่อน ได้รับความสำเร็จอย่างมากจึงออกชุดใหม่ คือ เทป

ชุดชมดง เป็นต้น การแจ้งสารสนเทศดังกล่าวในแง่หนึ่ง การแจ้งสารสนเทศเหล่านี้คือการรับรองสินค้าไปในตัว

### 3.4 แจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับผู้สนับสนุนสินค้า หรือบริการ

ได้แก่การแจ้งให้ทราบว่าสินค้าหรือบริการที่ได้รับการนำมาโฆษณาผ่านโทรทัศน์ มีสินค้า หรือบริการอื่นใดที่ให้การสนับสนุนอยู่ การแจ้งสารสนเทศส่วนนี้ถือเป็นส่วนหนึ่งของการบริการสารสนเทศในลักษณะของการรับรองเนื่องจาก ชื่อเสียงภาพพจน์ (corporate image) ของผู้ที่มาสนับสนุนสินค้าหรือบริการในโฆษณานั้น จะเป็นการรับรองถึงความน่าเชื่อถือของสินค้าหรือบริการที่เขาให้การสนับสนุนไปในตัว และในทางกลับกันสินค้าหรือบริการที่เขาสนับสนุนก็จะมีผลต่อตัวเขาด้วย

การแจ้งสารสนเทศในส่วนนี้โดยมากจะผ่านมากับโฆษณาบริการและสินค้าบันเทิง เช่น โฆษณารายการสารคดีข้างเผือก แจ้งชื่อ องค์การโทรทัศน์ เป็นผู้สนับสนุน โฆษณาการแสดงคอนเสิร์ตใจประสานใจเพื่อชาวไทย แจ้งไว้ว่ามีผู้สนับสนุนคือ ไทเอทเบ็ปซี ฟิล์มสีโกดัก ตู้เย็นโตชิบา เครื่องยนต์มิตรซูบิชิ น้ำมันพืชมรกต เทปเปล่าออนป้า คริมแก๊ฟามีกิ ยาบรระเทาหวัดนาลูแทบ หรือ โฆษณาเทปเพลงพิดเปรี๊ยะ แจ้งว่าผู้สนับสนุนคือ ถ่านไฟฉายเนชั่นแนล เป็นต้น ทั้งนี้การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับผู้สนับสนุนร่วมนั้น มักจะแจ้งไว้เป็นส่วนประกอบในตอนท้ายเรื่องโฆษณา โดยจะปรากฏสารสนเทศของผู้ร่วมสนับสนุนสินค้าต่าง ๆ ดังนี้ คือ ชื่อตราสินค้า ชื่อรุ่น คำขวัญ บรรจุภัณฑ์ รูปลักษณ์สินค้า คุณสมบัติเด่น โดยเฉพาะชื่อตราชื่อและเครื่องหมายประจำผลิตภัณฑ์ จะเป็นส่วนสำคัญ

### 3.5 การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับผู้ใช้สินค้า

การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับผู้ใช้สินค้าถือเป็นส่วนหนึ่งของการบริการสารสนเทศในลักษณะของการรับรอง โดยเฉพาะเมื่อผู้ใช้สินค้าที่ปรากฏในเรื่องโฆษณาเป็นผู้มีชื่อเสียงด้านใดด้านหนึ่ง หรือเป็นที่รู้จักในบรรดากลุ่มเป้าหมายของสินค้านั้น ๆ ตัวอย่างเช่น คุณอรุณญา นามวงศ์ คารากาพยนตร์วัยกลางคน ซึ่งได้รับแจ้งไว้ในเรื่องโฆษณาคือเป็นผู้ขายย้อมผมมอติอาช ม.ร.ว. ถนัดศรี สวัสดิวัตต์ ผู้มีชื่อเสียงในด้านโภชนาการ ซึ่งปรากฏในเรื่องโฆษณามมผงตราหมีว่าเป็นผู้ใช้สินค้าให้หลานตี๋ คุณปริญา มุสิกมาศ นักออกแบบเสื้อผ้ามีชื่อ เป็นผู้บอกผ่านเรื่องโฆษณาน้ำยารีดผ้า



เรียบไอยินว่าตนเป็นผู้ใช้สินค้า ลักษณะเช่นนี้เท่ากับให้การแจ้งรับรองคุณภาพของสินค้าไปในตัว ดังแนวคิดหนึ่งที่ Burleigh Gardner (1961) กล่าวไว้ว่า การใช้ตรา หรือผู้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในวงการต่าง ๆ เป็นผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ ช่วยทำให้เกิดความหมายว่า ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการแนะนำนั้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อและประสบความสำเร็จ ทั้งนี้เป็นความรู้สึกที่ว่า หากผลิตภัณฑ์ไม่ประสบความสำเร็จแล้ว คงไม่มีตราหรือผู้มีชื่อเสียงอยากแนะนำ

### 3.6 การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับความดีเด่น

การแจ้งสารสนเทศในส่วนนี้ ได้แก่ การแจ้งถึงความสำเร็จที่ได้รับการประกาศเกียรติคุณของสินค้าหรือบริการ ในรูปของรางวัลต่าง ๆ หรือได้รับการรับรองจากสถาบันองค์กรที่ได้รับการยอมรับ ทั้งนี้การแจ้งสารสนเทศดังกล่าวนี้ เท่ากับเป็นการบริการสารสนเทศในลักษณะการรับรองประการหนึ่ง ตัวอย่างเช่น โฆษณาจักรยานยนต์คาวาซากิ แจ้งในตอนต้นว่า "คาวาซิคาร์ 150 เอสดี ยกขบวนคว้าชัยแบบใส ๆ ให้ครบชุดอีกครั้ง ทั้ง 3 ประเภท ในรุ่น 150 ซีซี จากการชิงแชมป์ประเทศไทยในการแข่งขันจักรยานยนต์เซาท์อีสต์เอเชียันโทพีส์ 1991 พร้อมให้เห็นภาพจากการแข่งขันบางช่วงที่เน้นตัวจักรยานยนต์ โฆษณารถยนต์มาสด้า 626 แจ้งว่า ได้รับรางวัลเกียรติคุณยอดเยี่ยมอีกครั้ง ปี 1990 โดยนิตยสาร AUTO MOTOR UND SPORT เยอรมนี พร้อมให้เห็นภาพโล่รางวัล

นอกจากนั้น โฆษณาสินค้าประเภทอาหารและสินค้าที่ผ่านการผลิตจากโรงงานอุตสาหกรรม มักจะมีการแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับการรับรองประกอบไว้ เช่น เครื่องหมายเชลล์ ชวนชิมบนซองแป้งโกกิ และไส้กรอกบิลด์คิก หรือโฆษณาซีอิ๊วหย่นหอยหย่น แจ้งว่า ได้รับเครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) เท่ากับเป็นการแจ้งสารสนเทศในเรื่องการรับรองคุณภาพของสินค้าไปในตัว ฯลฯ

### 4. การบริการสารสนเทศในลักษณะการชี้แจง (explanation)

การบริการสารสนเทศลักษณะนี้ ได้แก่ การแจ้งรายละเอียดเพิ่มเติมบางประการเพื่อให้ข้อมูลของสินค้า บริการ หรือห้างร้านที่ปรากฏในเรื่องโฆษณามีความกระจ่างชัดยิ่งขึ้น รวมทั้งลดความเคลือบแคลงสงสัยถ้าความอั้นอาจทำให้เกิดความไม่แน่ใจ เช่นใน โฆษณาหนังสือพิมพ์

ฐานเศรษฐกิจ ซึ่งมีการแจ้งข้อมูลผลการวิจัยจากบริษัทอื่นว่า หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจได้รับความนิยมสูงสุดตลอดห้าปี ทั้งนี้โดยมีการชี้แจงเพิ่มเติมถึงที่มาว่า เป็นผลการสำรวจของบริษัทตีมาร์ ระหว่างปี 1986-1990

นอกจากนั้นโฆษณาบางเรื่องมีการแจ้งชื่อรางวัลและแหล่งที่มาของรางวัลที่สินค้าที่โฆษณาได้รับ เช่น โฆษณาเตาแก๊สสักกีเฟลม ซึ่งให้เห็นภาพด้วยรางวัลพร้อมข้อความบอกแหล่งที่มาของรางวัล , ซึ่งในลักษณะนี้ส่วนหนึ่งจัดได้ว่าเป็นบริการสารสนเทศในลักษณะการรับรอง โฆษณายาสีฟัน เปปโซเคนท์ซุคที่เด็กเล่นให้ตัวเองเป็นหมอฟัน มีข้อความชี้แจงว่า "ภาพที่เห็นเป็นการจำลองสถานการณ์หมอฟันของเด็ก" โฆษณาโครงการบ้านและที่ดินหลายแห่ง มีคำชี้แจงว่าประกอบภาพที่ปรากฏว่า "ภาพที่เห็นจะปรากฏเมื่อโครงการแล้วเสร็จ"

โดยมากคำชี้แจงนี้เป็นไปเพื่อไม่ต้องการให้ภาพหรือเสียงที่ปรากฏในเรื่องโฆษณามีความกำกวม อันจะเป็นข้อเสียเปรียบของผู้ที่รับสารสนเทศได้ ที่เห็นชัดคือ โครงการอสังหาริมทรัพย์ต่าง ๆ ที่โฆษณา โดยมากโครงการยังก่อสร้างไม่เสร็จ แต่มักนำภาพอาคารอื่นที่เสร็จสมบูรณ์ หรือภาพจำลอง ซึ่งดูคล้ายจริงมาแจ้งไว้ ดังนั้นจึงถูกกำหนดให้ต้องมีคำชี้แจงเพิ่มเติมว่า โครงการจะเริ่มเมื่อไร เสร็จเมื่อไร หรือภาพที่เห็นเป็นเพียงภาพจำลอง เป็นต้น การบริการสารสนเทศในลักษณะคำชี้แจงนี้ เป็นการบริการอีกลักษณะหนึ่งที่ได้รับการกำหนดให้มีตามการตรวจพิจารณาโฆษณาทางโทรทัศน์ของคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (กบว.) ว่าต้องมีให้ผู้บริโภค

##### 5. การบริการสารสนเทศในลักษณะการให้ตัวอย่าง (samples)

การบริการสารสนเทศในลักษณะการให้ตัวอย่าง ประกอบด้วยการแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับวิธีการนำสินค้าไปใช้ หรือการให้บริการ รวมถึงกรณีการบริโภคหรือการนำไปใช้ ตลอดจนการแจ้งว่าผู้ใช้สินค้าเป็นใคร ทั้งนี้สารสนเทศที่ได้รับแจ้งดังกล่าวเป็นเพียงวิธีการหนึ่ง หรือกรณีหนึ่งเท่านั้น ด้วยเหตุนี้จึงกล่าวได้ว่าเป็นการให้ตัวอย่างของวิธีการ กรณีการใช้ผลิตภัณฑ์ หรือผู้ใช้ผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภค ดังรายละเอียดต่อไปนี้

### 5.1 การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับวิธีการใช้สินค้าหรือบริการ

เป็นการแจ้งให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงตัวอย่างวิธีการใช้สินค้า เช่น ใช้รับประทาน ใช้ทำความสะอาดเสื้อผ้า สำหรับบรรทุกสิ่งของ หรือเป็นพาดหะ หรือเป็นกระเบื้องสำหรับปูพื้น แล้วผู้บริโภคอาจนำไปตัดแปลงวิธีการใช้ในลักษณะอื่นตามสะดวก เช่น โฆษณาอชิงตันแอปเปิ้ล ซึ่งแสดงภาพการรับประทานสินค้าโดยกัดผลแอปเปิ้ล ในขณะที่ตามความจริงผู้บริโภคอาจใช้วิธีปอกเปลือกหั่นเป็นชิ้นเพื่อรับประทานก็ได้

### 5.2 การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับกรณีการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้

ได้แก่ การให้ตัวอย่างว่าจะนำสินค้าไปใช้ในเวลา สถานที่ และสถานการณ์ใดได้บ้าง การแจ้งสารสนเทศในส่วนนี้มักแจ้งไว้ร่วมกับวิธีการใช้สินค้า หรือบริการ ผ่านเหตุการณ์จำลองในเรื่องโฆษณา เช่น โฆษณาเคลลอคซ์ คอร์นเฟลก ผู้แสดงหรือผู้ใช้สินค้าในเรื่องโฆษณานำสินค้าไปปรุงเป็นอาหารเข้าแกงสมาชิกในครอบครัว เป็นการให้บริการตัวอย่างของกรณีการใช้สินค้า โฆษณาแอมลี ทิวเล็ก แจ้งว่าผู้ใช้สินค้าในเรื่องโฆษณา ใช้สินค้าในที่ทำงาน เพื่อติดตามข่าวสารทางช่อง 9 ใช้สินค้าในรถเพื่อติดตามการรายงานสภาวะหิมะในตลาดหลักทรัพย์ หรือใช้เมื่อออกไปปิกนิกกับครอบครัว หรือโฆษณาเครื่องดื่ม ซึ่งมักจะแสดงในภาพที่ปรากฏในเรื่องโฆษณาว่าผู้แสดงในเรื่องบริโภคเครื่องดื่มนั้นจะเป็นในโอกาสที่ไม่เป็นทางการ เช่น งานเลี้ยง การท่องเที่ยว การเล่นกีฬา หรือเป็นเครื่องดื่มอยู่กับบ้าน ซึ่งจริง ๆ แล้วผู้บริโภคอาจนำไปใช้ในกรณีอื่นได้

### 5.3 การให้ตัวอย่างสิ่งที่มีสินค้าเป็นส่วนประกอบ

ได้แก่ การให้เห็นตัวอย่างของการนำสินค้าไปใช้ ซึ่งแจ้งไว้เป็นส่วนสำคัญในโฆษณาสินค้าประเภทอาหาร เช่น โฆษณาเบหมีกึ่งสำเร็จรูป โฆษณาถ้วยเตี๋ยวเส้นใหญ่ตุรามามา มักกะโรนีเบสท์ฟู้ด ยูมิยะหมี มีภาพของสินค้าที่นำไปปรุงเป็นอาหารแล้ว เป็นตัวอย่างให้ผู้บริโภคได้เห็น แต่จริง ๆ แล้ว เมื่อผู้บริคนำสินค้าไปปรุงเป็นอาหาร อาจออกมาในรูปร่างหน้าตาอื่นก็ได้

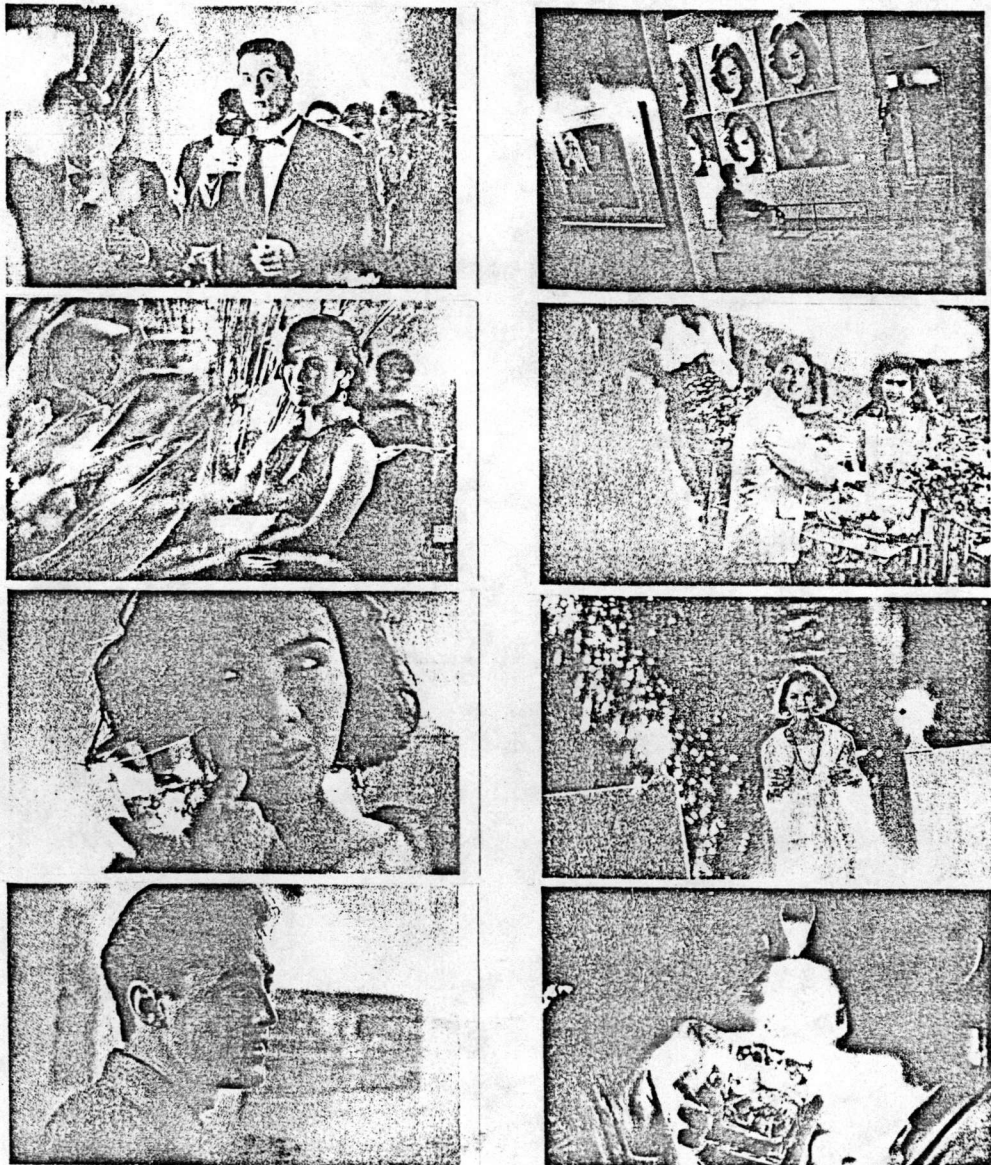
### 5.4 การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับผู้ใช้ผลิตภัณฑ์

ผู้ใช้สินค้า หรือผู้แนะนำสินค้าที่ปรากฏในเรื่องโฆษณา เป็นลักษณะหนึ่งของการบริการสารสนเทศในลักษณะการให้ตัวอย่างแก่ผู้บริโภคเท่านั้น เนื่องจากบุคคลที่ปรากฏเป็นผู้ใช้



สินค้าหรือบริการในเรื่องโฆษณาไม่ได้เป็นบุคคลเดียวเท่านั้นที่ใช้สินค้า หากแต่เป็นบุคคลหนึ่งที่ใช้สินค้าหรือบริการ ทั้งนี้ ตัวอย่างของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่แจ้งไว้ในเรื่องโฆษณานั้น มีความแตกต่างกันตามคุณลักษณะของตัวสินค้า หรือบริการเป็นสำคัญ เช่น โฆษณาชีวาส ริกัล ซึ่งแจ้งถึงผู้ใช้ในเรื่องโฆษณว่าเป็นหนุ่มสาวที่ออกงานสังคม มีชีวิตทันสมัย และมีฐานะในระดับดี ทั้งนี้ตามความเป็นจริง ผู้บริโภคสินค้าดังกล่าวอาจเป็นบุคคลในลักษณะอื่นและใช้สินค้าในลักษณะอื่นก็ได้ เช่น ผู้บริโภคชีวาสอาจเป็นผู้ที่อยู่ในวัยมากกว่าที่ปรากฏในโฆษณา และดื่มเครื่องดื่มดังกล่าวที่บ้านก็ได้

ภาพที่ 1 | ตัวอย่างของการบริการสารสนเทศในลักษณะการให้ตัวอย่างเกี่ยวกับผู้ใช้ผลิตภัณฑ์จากโฆษณาชีวาสริกัล



ภาพที่ 2 ตัวอย่างของการบริการสารสนเทศในลักษณะการให้ตัวอย่างเกี่ยวกับผู้ใช้  
ผลิตภัณฑ์จากโฆษณาแคร์เบบีโลชั่น



5.5 การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับองค์ประกอบ

การแจ้งถึงองค์ประกอบบางประการของผลิตภัณฑ์สามารถจัดเป็นการบริการสารสนเทศในลักษณะการให้ตัวอย่าง กล่าวคือ เป็นการให้ตัวอย่างของสิ่งที่มีอยู่ในตัวสินค้า การบริการ หรือบริษัทห้างร้าน ได้แก่ การแจ้งถึงส่วนประกอบ ส่วนผสม หรือเนื้อหา สารสนเทศในส่วนนี้มีความแตกต่างกันตามลักษณะของสินค้า การบริการ หรือบริษัทห้างร้าน ที่ได้รับการนำมาโฆษณา ทั้งนี้เป็นการบริการสารสนเทศผ่านโฆษณาผลิตภัณฑ์เกือบทุกประเภท ดังตัวอย่างต่อไปนี้

โฆษณาโครงการไพลินสแควร์ พาร์คเลน นลาซ่าแจ้งว่าในโครงการจะมีพาร์คเลน  
โรงหนัง สถานที่เล่นโบว์ลิ่ง สวนสนุก ร้านอาหาร ซึ่งอยู่ใกล้ที่พัก

โฆษณานิตยสารสตรีสาร ซึ่งแจ้งเนื้อหาในเล่มอย่างชัดเจนว่า "...อ่านเมื่อสองเยอรมัน  
รวมเป็นหนึ่งในคอลัมน์สาวหนุ่ม คอลัมน์แต่งงาน พบความฝันของแม่ครัว ทักนะหญิงเรื่องมองพอม่าย  
แนะวิธีทำอาหารเทศโดยกุกเก่า และโหรชูปทำนายดวงชาวหอ อ่านแววกวีและชมภาพวาดของเพื่อน  
ผู้เยาว์ในภาคพิเศษ เพื่อรู้ความคิดและความหวังและจินตนาการ..."



โฆษณาครบทุกมิติโดยตัว บิ๊กไดนา มีระยะทำขนาด 2080 มิลลิเมตร และเครื่องยนต์กำลัง 115 แรงม้า ที่ 3,400 รอบ/นาที

นอกจากนี้ ในการบริการบางประเภทมีการให้บริการสารสนเทศในส่วนนี้ไว้เด่นชัด เช่น ในโฆษณาบริการบันเทิงและสันทนาการ ซึ่งให้บริการสารสนเทศเกี่ยวกับส่วนประกอบในลักษณะดังนี้

- แจ้งชื่อและภาพผู้แสดงเด่น รวมถึงผู้ดำเนินรายการ ผู้ร่วมรายการ ซึ่งปรากฏในรายการแสดงนั้น ๆ เช่น โฆษณาไลฟ์ ทอล์ค โชว์ 6 มีการแจ้งไว้ชัดเจนว่าเป็นการแสดงการพูดของคุณทินวัฒน์ มฤคพิทักษ์ โฆษณารายการเกมส์โชว์ทางโทรทัศน์ มาตามนัด ให้เห็นภาพผู้ร่วมแข่งขันในรายการ และภาพพิธีกร การตอบปัญหา หรือกิจกรรมในรายการนั้นบางส่วน ตามที่จะปรากฏในสัปดาห์นั้น

- แจ้งภาพตัวอย่างฉากในภาพยนตร์ การแสดงบนเวที หรือรายการโทรทัศน์ ซึ่งภาพตัวอย่างของรายการโทรทัศน์นั้น จะแจ้งในสองลักษณะคือ ภาพตัวอย่างในสัปดาห์ที่จะเสนอฉาย เช่น รายการน่ารักน่าชัง รายการจุดเดือด รายการแมกกาซีนเฉียบ รายการทำนิสจูน รายการตามไปดู หรือละครประเภทจบในตอน นอกจากนั้นอาจเป็นการแจ้งภาพตัวอย่างทั่วไปของเรื่อง เช่น ละครเรื่องริษยา ภาพยนตร์การ์ตูนเรื่องต่าง ๆ หรือโฆษณาบางเรื่องอาจแจ้งเนื้อหาสรุป หรือแนวรายการ เช่น รายการจุดเดือดจะแจ้งว่ารายการในวันที่โฆษณานั้น จะเกี่ยวกับเรื่องผมยว

- แจ้งรายการแสดงในชุดการแสดง เช่นรายการทำนิสจูน ตามไปดู เวิร์ตลัค มีการแจ้งสรุปเนื้อหาของแต่ละตอนที่ปรากฏในรายการพร้อมภาพในตอนนั้น ๆ เป็นตัวอย่าง

โฆษณาริษัทห้างร้าน ซึ่งให้บริการในลักษณะการแจ้งแจ้ง ได้แก่การแจ้งให้ผู้บริโภคทราบถึงตัวอย่างสิ่งที่มีประกอบในบริษัท ห้าง ร้าน ที่จำหน่ายสินค้าหรือให้บริการต่าง ๆ สารสนเทศในส่วนนี้จะแตกต่างกันไปตามคุณลักษณะของประเภทสินค้าที่จำหน่าย หรือบริการที่จัดให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งมีสาระสำคัญ ดังนี้

- โฆษณาบริการภัตตาคาร และโรงแรม (Restaurants and hotels) เน้นการแจ้งองค์ประกอบเกี่ยวกับสินค้าที่มีจำหน่าย และบริการที่จัดให้ผู้บริโภค ในภัตตาคาร หรือโรงแรม



เช่น โฆษณาร้านพิชซ่าอัท แจ้งถึงสินค้าที่มีจำหน่ายในร้าน ได้แก่ พิชซ่าแบบต่าง ๆ และน้ำอัดลมโค้ก โฆษณาร้านมิลเบเกอร์ ให้เห็นภาพสินค้าเบเกอร์ที่อยู่ในร้าน โฆษณาภัตตาคารเจ้าลัว ให้เห็นภาพบรรยากาศการจัดโต๊ะภายในร้าน หรือโฆษณาโรงแรมธรรมารินทร์ ซึ่งมีภาพของห้องต่าง ๆ และการบริการจากบริการที่มีอยู่ในโรงแรม เป็นต้น ซึ่งเหล่านี้เป็นการแจ้งองค์ประกอบที่ห้างร้านจัดไว้ให้ แก่ลูกค้า นอกจากนั้นในโฆษณาบริการภัตตาคารบางเรื่องได้แจ้งถึงส่วนประกอบหรือวัตถุดิบในการปรุงอาหารที่มีจำหน่ายในร้าน เช่น โฆษณาร้านพิชซ่าอัท ให้เห็นภาพการนำวัตถุดิบมาปรุงเป็นพิชซ่า

- โฆษณาห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้า (Department store and shopping centre) เน้นการแจ้งองค์ประกอบเกี่ยวกับคุณสมบัติเด่นของสถานที่ของห้างเป็นตัวอย่างแก่ผู้บริโภค หรือลูกค้า เช่น เวิร์ดเทรดเซ็นเตอร์ แจ้งว่าที่จอตลอดสะดวก มีความจุถึง 2500 คน หลักสี่พลซ่า เน้นแจ้งว่าเป็นสถานที่ที่รวมร้านอาหารต่าง ๆ ไว้ให้เลือกมากมาย นอกจากนั้นบางเรื่องได้หยิบยกสินค้าเด่นของห้างมาแจ้งไว้แก่ผู้บริโภค เช่น ห้างบางลำพูสรรพสินค้า เน้นแจ้งว่ามีอาหารพร้อมปรุงที่สะอาด ห้างสรรพสินค้าเอทีเอ็ม เน้นแจ้งว่าเป็นสถานที่จำหน่ายผ้า อย่างไรก็ตาม จากโฆษณาโทรทัศน์ที่นำมาศึกษาในงานวิจัยนี้ ได้แจ้งเกี่ยวกับรายการพิเศษที่ทางห้างจัดเพื่อเป็นการสมนาคุณผู้บริโภค เช่น ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ลดราคาในโอกาสครบรอบ 44 ปี ห้างสรรพสินค้าเวลโก้ แจ้งว่า หากซื้อสินค้าครบในจำนวนหนึ่งสามารถแลกซื้อสินค้าที่ทางห้างเตรียมไว้ได้ เป็นต้น

- โฆษณาสถานบริการทางการศึกษา (Education institutues) แจ้งองค์ประกอบดังต่อไปนี้

- แจ้งองค์ประกอบเกี่ยวกับผู้ให้บริการ ได้แก่ อาจารย์ผู้สอน เช่น โฆษณาโรงเรียนเสริมสวยลาลิตย์ แจ้งว่า มีอาจารย์จากต่างประเทศ

- แจ้งเกี่ยวกับหลักสูตรการเรียนการสอนและบริการที่จัดไว้ใน โรงเรียน เช่น โฆษณาเกษตรสยามแจ้งว่าให้บริการหลักสูตรเร่งรัด 49 วัน โดยรวมการเซท ซอย ตัด ตัด และเกล้า โรงเรียนอนุบาลรัศมี ให้เห็นภาพกิจกรรมสันทนาการต่าง ๆ ของเด็ก

- อุปกรณ์การเรียนการสอน เช่น โฆษณาโรงเรียนอนุบาลรัศมี โรงเรียนเสริมสวยเกษตรสยาม ให้เห็นภาพอุปกรณ์การเรียนการสอนต่าง ๆ

- โฆษณาบริการ และงานแสดงสินค้า (Exhibitions and trade fairs) จะเป็นการแจ้งว่าในงานนั้นมีสินค้าใดจำหน่าย เช่น บ้าน 92 แจ้งว่าในงานจะรวมของแต่งบ้าน สารพัดมากมาย ลานนาไทยเทรดแฟร์แจ้งไว้ว่า อร่อยกับอาหารเหนือ ชมนานุกศิลป์ เลือกสินค้ามากมาย

- โฆษณาสถานบริการด้านปศุสัตว์ ได้แก่โฆษณาฟาร์มเลี้ยงสัตว์ ซึ่งจะแจ้งว่าสถานที่ของตนให้บริการอะไร หรือมีสินค้าใดจำหน่าย จากการวิเคราะห์เนื้อหาโฆษณาโทรทัศน์ที่นำมาศึกษาในงานวิจัยนี้ พบว่าเป็นโฆษณาที่นำออกอากาศครั้งเดียวในสัปดาห์ ซึ่งสารสนเทศเกี่ยวกับองค์ประกอบที่แจ้งไว้คือ ให้บริการผสมพันธุ์จากแม่พันธุ์วัว และมีลูกวัวจำหน่าย

#### 6. การบริการสารสนเทศในลักษณะการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม (inquiry)

เป็นการบริการสารสนเทศในลักษณะของการกระตุ้นให้ผู้บริโภคสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า การบริการ หรือห้างร้านที่โฆษณาเพิ่มเติม ที่ปรากฏชัด เช่น โฆษณาผงซักฟอกบรีสเรื่องหนึ่งมีการดำเนินเรื่องดังนี้คือ เสียงเด็กร้องโวยวาย ภาพกรวยไอศกรีมตกลงบนผ้า ปรากฏข้อความ "แค่นี้ต้องชำระ" พบกันได้ 8 พฤศจิกายน นี้ โดยที่ผู้บริโภคไม่สามารถระบุได้ชัดเจนว่าสินค้า หรือการบริการที่โฆษณานี้ กระตุ้นให้สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม เป็นเทคนิคหนึ่งของการโฆษณา

นอกจากนั้นการบริการสารสนเทศในลักษณะการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมอาจเกิดจากการที่ผู้บริโภคเห็นว่ามีการแจ้งสารสนเทศของสินค้า บริการ หรือห้างร้านในเรื่องโฆษณาไว้ไม่เพียงพอ เช่น ในกรณีที่ผู้บริโภคต้องการเลือกหารถยนต์ การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับรูปลักษณ์สินค้าที่ปรากฏในโฆษณานั้นอาจจะไม่พอเพียง ลักษณะนี้เป็นส่วนหนึ่งที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

อย่างไรก็ตาม การสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมนั้นขึ้นอยู่กับความพยายามของผู้บริโภคเอง เนื่องจากในการบริการสารสนเทศผ่านโฆษณาโทรทัศน์มีลักษณะสำคัญคือ เป็นบริการที่ไม่มีคุณลักษณะการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการโดยตรงทันที

#### 7. การบริการสารสนเทศในลักษณะข้อเสนอแนะ (suggestion)

การบริการสารสนเทศลักษณะนี้ ได้แก่การแจ้งข้อเสนอแนะบางประการแก่ผู้บริโภคที่

สามารถจะเป็นทางออกที่ดี ทั้งนี้ข้อแนะนำดังกล่าวไม่ได้มาจากปัญหาที่เกิดขึ้นแต่อย่างใด ตัวอย่างที่ชัดเจน เช่น โฆษณายาสีฟันพาราดอนแทกซ์ มีการแนะนำวิธีการใช้สินค้าโดยผู้แนะนำคือ คุณวิทวัสสุนทรวิเนตร ให้ข้อเสนอว่าให้ผู้บริโภคใช้สินค้าที่โฆษณาคือยาสีฟันพาราดอนแทกซ์ ซึ่งมีรสชาติแปลกร่วมกับยาสีฟันธรรมดา ก่อนเพื่อความคุ้นเคยในรสชาตินั้น จากนั้นค่อยเพิ่มปริมาณยาสีฟันพาราดอนแทกซ์ให้มากขึ้นจนคุ้นเคย ซึ่งไม่ได้มีการกล่าวถึงความไม่คุ้นเคยกับรสชาติสินค้าเป็นปัญหา วิธีการดังกล่าวจึงได้รับการเสนอแนะเข้ามาแต่ประการใด

นอกจากนี้ โฆษณาอาหารบางเรื่องมีการบริการข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรักษาสุขภาพร่างกายที่ดี ตัวอย่างเช่น โฆษณาน้ำตาลเทียมอิคवल มีการแจ้งเรื่องเกี่ยวกับการออกกำลังกาย และการรักษารูปร่างให้ได้สัดส่วน โฆษณาน้ำมันถั่วเหลืองรินเน้นเรื่องที่มีการมีสุขภาพที่ดีจากอาหารดี เป็นต้น โฆษณาสินค้าประเภทเครื่องสำอางหรือของใช้ส่วนตัว เช่น ครีมโฟมล้างหน้าไบโอเนคเอดเน่ ได้นำเรื่องเกี่ยวกับการออกกำลังกายมาแนะนำไว้ โดยให้เห็นภาพการออกกำลังกายของหญิงสาว พร้อมคำบรรยายว่า "เสียเหงื่อเพื่อหุ่น สวย แล้วหน้าล่ะ" กล่าวคือ เป็นการเสนอแนะว่าการออกกำลังกายเป็นสิ่งที่ดี แต่ก็ควรรักษาใบหน้าให้สะอาดสวยงามด้วย ทั้งนี้โดยการใช้สินค้าที่โฆษณา หรือโฆษณาปรองสิฟันออรัล-บี แจ้งในโฆษณาเป็นคำแนะนำว่า "ทันตแพทย์แนะนำให้เปลี่ยนแปรงสีฟันใหม่ทุก ๆ 3 เดือน"

โฆษณาสินค้าประเภทยาเป็นอีกประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญกับการบริการสารสนเทศในลักษณะข้อเสนอแนะด้วยการแจ้งถึงความรู้และคำแนะนำในเรื่องการรักษาสุขภาพร่างกาย เช่น โฆษณายาท้มใจ มีการแนะนำเรื่องการดูแลสุขภาพร่างกายให้ดี ยาไบร์เยล ซึ่งเป็นยาแก้ท้องอืด ท้องเฟ้อ ลมกรด และเคลือบแผลในกระเพาะอาหาร ให้ข้อมูลว่า รับประทานอาหารตรงเวลาเป็นการป้องกันโรคกระเพาะอาหาร

#### 8. การบริการสารสนเทศในลักษณะการแนะนำ (instruction)

การบริการสารสนเทศในลักษณะนี้ได้แก่การสอน หรือการบอกวิธีการบางอย่างซึ่งค่อนข้างที่จะตายตัว เช่น ข้อแนะนำในการใช้สินค้า หรือขั้นตอนการให้บริการ การบริการสารสนเทศในลักษณะนี้ค่อนข้างจะปรากฏเด่นชัดในโฆษณาสินค้าประเภทยาและเวชภัณฑ์ เช่น โฆษณา



วิกส์ วาโปรบ์ ซึ่งแจ้งไว้ชัดเจนว่าให้ทายา 3 บริเวณ คือ ออก หลัง และคอ พร้อมแสดงภาพให้เห็นชัดเจน โฆษณายาไบรเเซล แจ้งไว้ว่า "ท้องอืด ท้องเฟ้อ ใช้ไบรเเซล ลดกรด เคลือบแผลในกระเพาะอาหาร ใช้ไบรเเซล" หรือโฆษณาที่ซิมัยซิน ออยเมนต์ แจ้งไว้ว่า "ผี หนอง ผิวหนังอักเสบ ใช้ที่ซิมัยซิน ชนิดออยเมนต์" เป็นต้น การแจ้งกรณีหรืออาการของโรคที่สามารถใช้ยาที่โฆษณาได้นั้น เท่ากับเป็นการแนะนำข้อบ่งใช้ของยานั้นไปในตัว นอกจากนั้นโฆษณียบางเรื่องยังมีการแจ้งข้อบ่งใช้ได้แก่เวลาในการบริโภค เช่น โฆษณายาทมัจใจ แจ้งไว้ว่า "รับประทานหลังอาหารทันที" ยาไบโซแลกซ์ แจ้งว่า "รับประทานก่อนนอน" โดยแจ้งด้วยคำพูด และ/หรือข้อความซ้อนบนจอภาพ

นอกจากนั้นการบริการสารสนเทศในลักษณะการแนะนำนี้มีผ่านมากับโฆษณาสินค้า หรือบริการอื่น ๆ เช่น โฆษณายาหมี่เมียวใจทั้งเมน มีภาพการนำสินค้าไปปรุงร่วมกับส่วนประกอบอื่น พร้อมเสียงบรรยายว่า "เติมน้ำเดือด" และคำอธิบายด้วยข้อความซ้อนบนภาพ บอกระยะเวลาการปรุงคือ "เพียง 3 นาที"

โฆษณาน้ำยาซักผ้าไวด์ไฮเตอร์ บรรยายว่า เทผงซักดคราบ แช่ไว้ 30 นาที พร้อมซ้อนตัวอักษรว่า "แช่ไว้ 30 นาที"

โฆษณาสินค้าของยูเอเอ็มไอ ซึ่งแจ้งไว้อย่างชัดเจนว่า "ผนังสีลา ฟิ้นคูราเกรส" นั่นคือกระเบื้องสีลาใช้สำหรับปูผนัง กระเบื้องคูราเกรสใช้สำหรับปูพื้น

โฆษณาวิทยุโทรทัศน์ที่ติดตามตัวโฟนพอยท์ แจ้งไว้ว่าให้ใช้สินค้าโทรออก ณ สถานที่ที่มีสัญลักษณ์โฟนพอยท์ปรากฏซึ่งแสดงว่าเป็นจุดรับสัญญาณโฟนพอยท์ รวมทั้งให้เห็นภาพคนใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในบริเวณดังกล่าว คำอธิบาย

โฆษณาน้ำยาล้างห้องน้ำวิม แจ้งไว้ว่า ใช้สำหรับทำความสะอาดทั่วไปผสมวิม 2 ฝา ต่อน้ำ 5 ขัน

ผงซักฟอกแอทแทค แจ้งไว้ว่าให้ใช้สินค้า 1 ข้อนต่อผ้า 15 ขัน

ฯลฯ

#### 9. การบริการสารสนเทศในลักษณะของการให้ความรู้เพิ่มเติม (tips)

การบริการสารสนเทศนี้เป็นลักษณะของการให้เกร็ดความรู้ อาทิ ความรู้เกี่ยวกับอาการของโรคภัยไข้เจ็บซึ่งแจ้งไว้เด่นชัดในโฆษณาสินค้าประเภทยาและเวชภัณฑ์ เช่น โฆษณา

ไบร์เซล แจ้งไว้ว่า โรคกระเพาะอาหารมีอาการปวดท้อง ซึ่งจะสังเกตได้ว่าความรู้เกี่ยวกับอาการดังกล่าวจะเกี่ยวข้องกับสรรพคุณของยาที่โฆษณา เช่นสำหรับยาไบร์เซลนี้ เป็นยาแก้ท้องอืดท้องเฟ้อ ลดกรด และเคลือบแผลในกระเพาะอาหารเป็นต้น นอกจากนั้นโฆษณางานเรื่องได้แจ้งสารสนเทศที่ให้ความรู้เกี่ยวกับความเชื่อที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับอาการของโรค เช่นโฆษณายาธาวิเวเจน แจ้งให้ทราบว่า โรคผิวหนังถึงแม้ไม่มีรอยให้เห็น แต่ก็ใช้ว่าจะโรคจะหายไปแล้ว

นอกจากนั้นการบริการสารสนเทศในลักษณะนี้ อาจปรากฏในรูปของการแจ้งข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสารผสม ซึ่งปรากฏในโฆษณาสินค้าบางเรื่อง เช่น โฆษณาแป้งเด็กแคร์ แจ้งว่าผสมอาย-ขมิ้นพร้อมแจ้งต่อไปว่า อาย-ขมิ้น คือไตรโคลซาล โฆษณาสบูไลพ์บอยด์แจ้งว่าตัวสินค้าผสมนุราลิน รวมทั้งแจ้งเพิ่มเติมว่าเป็นหลายลักษณะอักษรซ้อนบนจอภาพว่า "นุราลิน = เออร์กาซาน ดีพี 30" ซึ่งเป็นการให้ความรู้เพิ่มเติม อย่างไรก็ตาม การบริการสารสนเทศในลักษณะนี้อาจจัดเป็นการบริการสารสนเทศในลักษณะสาระเพื่อทราบได้ ซึ่งจะได้กล่าวถึงในประเด็นต่อ ๆ ไป

#### 10. การบริการสารสนเทศในลักษณะข้อเสนอพิเศษ (special offers)

การบริการสารสนเทศในส่วนนี้ เป็นลักษณะการแจ้งถึงข้อเสนอต่าง ๆ ที่นอกเหนือจากตัวสินค้า บริการ หรือห้างร้านที่มอบให้ลูกค้า หรือผู้บริโภค อาทิข้อเสนอในลักษณะแถมฟรีมากับตัวสินค้า เช่น โฆษณาลูกอมอาร์ทวิท แจ้งไว้ว่ามีคำทำนายน้ำใจจากลายมืออยู่ด้านในซองหมากฝรั่งบางซึก้าแจ้งไว้ว่ามีเรื่องการ์ตูนบนซองให้อ่านได้ หรือเป็นข้อเสนอพิเศษในลักษณะแถมฟรีมาพร้อมกับตัวสินค้า เช่น ขนมกรอบคัมคัม แถมเหรียญพลิกล้ออยู่ในกล่องสินค้า

นอกจากนั้น การบริการสารสนเทศในลักษณะข้อเสนอพิเศษนั้น ยังรวมถึงการแจ้งเกี่ยวกับรายการสมนาคุณพิเศษด้วย ได้แก่ การแจ้งถึงการสมนาคุณในลักษณะการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค การประกวดชิงรางวัล หรือจัดให้มีการให้ของแถม ให้สิทธิประโยชน์โดยให้เปล่า ซึ่งสินค้า บริการ หรือบริษัทห้างร้านจัดขึ้นสำหรับลูกค้า การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับการสมนาคุณนี้ มีลักษณะพิเศษคือ จะแจ้งผ่านมากับโฆษณาที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมการขายเป็นสำคัญ เช่น การแจ้งวิธีการให้การสมนาคุณพิเศษ การแจ้งกติกา เงื่อนไขหรือวิธีการเข้าร่วมการสมนาคุณพิเศษ การแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งของที่มอบให้ตามการสมนาคุณพิเศษ หรือการแจ้งเวลาในการให้การสมนาคุณพิเศษ



อย่างไรก็ตาม การบริการสารสนเทศในลักษณะข้อเสนอพิเศษนี้ อาจจัดเป็นการบริการสารสนเทศในลักษณะสาระเพื่อทราบ กล่าวคือในเรื่องของกฎ กติกา หรือรายละเอียดในการมีส่วนร่วมในรายการสมนาคุณพิเศษ ถือเป็นภาระให้ผู้บริโภคทราบเป็นข้อมูล นอกจากนั้นอาจกล่าวได้ว่าเป็นการบริการสารสนเทศในลักษณะโน้มน้าวใจ เนื่องจากการให้ข้อเสนอพิเศษ ของรางวัล และมูลค่าของรางวัลต่าง ๆ กล่าวได้ว่าเป็นสิ่งที่นำมาล่อใจผู้บริโภค สำหรับรายละเอียดของการบริการในลักษณะสาระเพื่อทราบ และการโน้มน้าวใจนี้จะได้กล่าวถึงต่อไป

#### 11. การบริการสารสนเทศในลักษณะทางเลือก (alternatives)

การบริการสารสนเทศในลักษณะนี้ คือการที่โฆษณาแจ้งถึงสิ่งของ บริการ หรือ ห้างร้านที่มีอยู่หลากหลายให้แก่ผู้บริโภคได้ทราบ เพื่อที่ผู้บริโภคจะสามารถทราบได้ว่าเขามีทางเลือกเกี่ยวกับสินค้านั้น อย่างไร เช่น มีบริการใดบ้าง หรือมีสินค้าแบบใดบ้างที่เขาสามารถจะซื้อได้หรือเอามาเปรียบเทียบกันได้ การแจ้งสารสนเทศที่จัดเป็นการบริการสารสนเทศในลักษณะทางเลือกได้แก่

##### 11.1 การแจ้งให้ทราบว่าสินค้าใดอยู่ในท้องตลาดบ้าง

การแจ้งสารสนเทศในส่วนนี้มาจากเรื่องโฆษณาต่าง ๆ ที่ปรากฏทางโทรทัศน์นั่นเอง กล่าวคือ การนำเรื่องโฆษณามาเผยแพร่ นั้นเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้บริโภครู้จักสินค้า บริการ หรือห้างร้าน ซึ่งเท่ากับเป็นการเปิดโอกาสให้เขาเลือกสินค้า บริการ หรือ บริษัทห้างร้านที่เขาพอใจหรือต้องการได้

นอกจากนั้น ผลิตภัณฑ์ที่ปรากฏอยู่ในโฆษณาโทรทัศน์ไม่ว่าจะจะเป็นสินค้า บริการ หรือ ห้างร้าน มักจะไม่ได้มีเพียงอย่างเดียว กล่าวคือ โดยมากเป็นสินค้า บริการ หรือห้างร้านที่มีคุณลักษณะเดียวกัน แต่ต่างกันที่ตราหือ และสรรพนคที่ถูกร้างให้แตกต่างกันเท่านั้น เช่น โฆษณาสินค้าสบู่แคร้ สบู่แอดเน-เอต สบู่ลักส์ ฯลฯ ล้วนเป็นสินค้าที่มีคุณลักษณะเป็นสิ่งที่ใช้ชำระล้างส่วนต่าง ๆ ของร่างกายเพื่อความสะอาด แต่ต่างกันที่ตราหือ และสรรพนคที่ถูกร้างให้แตกต่างกัน เช่น เป็นสบู่สำหรับเด็ก สบู่ล้างหน้า สบู่อาบน้ำ หรือรถยนต์ที่มีหลายรุ่นหลายยี่ห้อที่ปรากฏในโฆษณา ฯลฯ การปรากฏของเรื่องโฆษณาต่าง ๆ เช่นนี้ นับเป็นทางเลือกให้ผู้บริโภคว่าเขาจะเลือก



สินค้าใด บริการใด ตราสัญลักษณ์ใด ที่ตรงกับที่เขาต้องการได้ ซึ่งสินค้า บริการ หรือห้างร้าน ต่าง ๆ นั้น ผู้วิจัยได้อธิบายไว้ในบทที่ 4

### 11.2 การแจ้งถึงแบบหรือชนิดของสินค้า

การแจ้งสารสนเทศนี้เป็นอีกลักษณะหนึ่งของการบริการสารสนเทศในลักษณะทางเลือก การแจ้งสารสนเทศในลักษณะนี้ปรากฏเป็นส่วนสำคัญในโฆษณาสินค้าอุปโภค-บริโภค ได้แก่สินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ได้แก่ อาหาร เครื่องดื่ม ของขบเคี้ยว ยาและเวชภัณฑ์ ของใช้ในบ้านเรือน เครื่องสำอางและของใช้ส่วนตัว รวมถึงสินค้าที่ใช้กับรถยนต์หรือเครื่องยนต์บางชนิด กล่าวคือ เป็นการแจ้งให้ผู้บริโภคทราบว่า สินค้าที่มีตราสัญลักษณ์ ๆ มีกี่แบบ กี่ชนิดให้เลือกได้ และเป็นแบบหรือชนิดใดบ้าง เพื่อให้ผู้บริโภคจะได้เลือกแบบที่ตรงกับความต้องการของตนเองให้ได้มากที่สุด เช่น

โฆษณาเครื่องดื่มช็อคโกแลต ยูเนียร์ แจ้งว่ามีจำหน่าย 2 ชนิด คือ กลิ่นวานิลลา และรสช็อคโกแลต

โฆษณานมเมจิ ยูเอชที แจ้งว่ามีจำหน่าย 4 ชนิด ได้แก่ นมปรุงรส นมสดยูเอชที นมปรุงแต่งยูเอชที รสช็อคโกแลต นมปรุงแต่งยูเอชที รสสตอเบอร์รี่ โดยปรากฏเป็นภาพบรรจุภัณฑ์ของสินค้า พร้อมตัวอักษรบอกชื่อชนิด

โฆษณาน้ำปลาทิพรส มี 2 ชนิดคือฉลากสีเหลือง เป็นชนิดหมักบ่ม 12 เดือน และฉลากสีทองเป็นชนิดหมักบ่ม 18 เดือน

โฆษณาข้าวถั่วคัดศรีมี 3 ชนิด คือ ข้าวนาทอง ข้าวนาทราย และข้าวหอมมะลิ ซึ่งแจ้งไว้บนหีบห่อสินค้า

โฆษณาขนมกรอบตราปูเล่ ระบุว่ามีการจำหน่ายกลิ่นปู และกลิ่นผักผสม

โฆษณาياه่มองตราถ้วยทองมีการจำหน่ายทั้งชนิด บรรจุขวดและตลับ

โฆษณาผงซักฟอกเปา ซีโอไรท์แจ้งไว้ว่า สินค้ามีการจำหน่ายชนิดเปาที่มีสูตรเข้มข้น และเปาที่มีสูตรมาตรฐาน พร้อมให้เห็นภาพบรรจุภัณฑ์ของแต่ละชนิด

โฆษณาผ้าอนามัยลอรี่เอช ให้เห็นภาพขวดสินค้า 2 แบบ พร้อมระบุว่า "เป็นชนิด "ไนท์เซ็น" สำหรับกลางคืน และ "ลอรี่เอช" สำหรับกลางวัน

โฆษณาแคมเปญออนไลน์ให้เห็นขวดสินค้า 3 ลิ พร้อมตัวอักษรแจ้งว่าสำหรับผมตัดผมแห้ง และผมธรรมชาติ

โฆษณาสีทีโอเอ สีวินิเลท ให้เห็นบรรจุภัณฑ์ของสินค้าขนาดเดียวกัน 2 ชนิด คือ ชนิดทากายใน และชนิดทากายนอก

ฯลฯ

จะเห็นได้ว่า การบริการสารสนเทศในลักษณะทางเลือกในส่วนการแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับแบบหรือชนิดปรากฏในโฆษณาตัวสินค้าเป็นส่วนใหญ่ โดยแจ้งไว้เป็นสองลักษณะคือ แจ้งไว้เป็นสารสนเทศหลัก คือแจ้งไว้เป็นส่วนสำคัญในเรื่องโฆษณา และแจ้งไว้ในลักษณะสารสนเทศประกอบ กล่าวคือ ในเรื่องโฆษณาจะเน้นย้ำแจ้งสารสนเทศของสินค้าแบบใดแบบหนึ่งเท่านั้น แต่ในตอนสุดท้ายจะแจ้งผ่านภาพของบรรจุภัณฑ์เพื่อแสดงถึงแบบหรือชนิดที่มีจำหน่ายทั้งหมด เช่น โฆษณาลูกอมคุกกี้ ซึ่งในเรื่องโฆษณาจะเน้นที่รสนม แต่ในตอนท้ายเรื่องมีการแจ้งถึงรสที่มีจำหน่ายทั้งหมด

### 11.3 การแจ้งสาขาของห้างร้าน

การแจ้งสาขาของห้างร้านทำให้ผู้บริโภคสามารถทราบข้อมูลที่จะช่วยเลือกได้ว่า เขาสามารถไปซื้อสินค้า หรือใช้บริการของห้างร้านที่เขาต้องการได้ที่ใดบ้างซึ่งจะสะดวกกับเขามากที่สุด การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับสาขาห้างร้านที่ปรากฏในโฆษณาทางโทรทัศน์ เช่น โฆษณาห้างสรรพสินค้าบางลำพู แจ้งไว้ในตอนท้ายว่า มีสาขาบางลำพู บางโพ และงามวงศ์วาน โฆษณาห้างทองทวีชัย 5 แจ้งว่ามีสาขาที่วงเวียนใหญ่ พาหุรัด และชั้น 2 มาตรฐานครอง โฆษณาร้านใช้ล่าเฮาส์ ซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าเพื่อความบันเทิงทางด้านเสียง ภาพและเพลง แจ้งในโฆษณาว่ามีร้านอยู่ 3 สาขา ได้แก่ มาตรฐานครอง เซ็นทรัลพลาซ่า และหลักสี่พลาซ่า

### 12. การบริการสารสนเทศในลักษณะการติดตามข่าวสาร (information update)

การบริการสารสนเทศในลักษณะนี้ ได้แก่ การแจ้งให้ผู้บริโภคทราบถึงสิ่งใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น เช่น การแจ้งให้ทราบว่าผลิตภัณฑ์ที่มีออกจำหน่ายใหม่ รวมไปถึง การแจ้งให้ทราบถึงการนำสินค้ารุ่นใหม่หรือแบบใหม่เช่น ยาสีฟันใกล้ชิดขาว โฆษณาเบหมี่กึ่งสำเร็จรูปตรามามาเส้นใหญ่ มีการแจ้งว่าเป็นสินค้าแบบเส้นใหญ่นี้ เป็นแบบที่ผลิตออกจำหน่ายใหม่ ตลอดจนสินค้าที่ได้รับการ

ปรับปรุงใหม่ออกจำหน่ายในท้องตลาด เช่น โฆษณาชมพสุระผมเอสเซนเชียล ซึ่งแจ้งให้ทราบว่ามีการเปลี่ยนฉลากสินค้าใหม่ พร้อมกับให้เห็นภาพฉลากใหม่ หรือเป็นโฆษณาชุดใหม่

การบริการสารสนเทศในลักษณะนี้ปรากฏอยู่เป็นส่วนสำคัญในการโฆษณา เนื่องจากสินค้าหรือบริการในท้องตลาดมีการเคลื่อนไหวตลอดเวลา บริการสารสนเทศผ่านโฆษณาโทรทัศน์จึงเป็นบริการหนึ่งที่ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถติดตามความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงนั้นได้ทันเวลาที่ เนื่องจากสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่รวดเร็วพอสมควร และครอบคลุมผู้รับสารในวงกว้าง

การบริการสารสนเทศในลักษณะการติดตามข่าวสารผ่านโฆษณาโทรทัศน์นี้ ยังหมายรวมถึงความรู้ใหม่ ๆ เช่น เทคโนโลยีที่ปรากฏในเรื่องโฆษณา ซึ่งบางครั้งเป็นเทคโนโลยีใหม่ เช่น หุ่นยนต์ที่ปรากฏในเรื่องโฆษณา เทคนิคการนำเสนอเรื่องโฆษณาที่แปลกตา เทคนิคการตัดต่อ เป็นการสร้างความแปลกใหม่ให้กับผู้บริโภค นอกจากนี้การบริการสารสนเทศในลักษณะการติดตามข่าวสารในส่วนของการเปลี่ยนแปลงใหม่นี้ สามารถจะกล่าวได้ว่าเป็นบริการสารสนเทศในลักษณะที่เน้นน้ำใจได้เช่นกัน

### 13. การบริการสารสนเทศในลักษณะกล่าวอ้าง (claim)

การบริการสารสนเทศในลักษณะนี้ ครอบคลุมการแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ ได้แก่การแจ้งผลจากการใช้บริการ หรือผลจากการนำสินค้าไปใช้งาน ไม่ว่าจะเป็นการบริโภคหรืออุปโภค รวมถึงการแจ้งคุณสมบัติด้านการใช้งาน และความสามารถในการทำงานของสินค้า ซึ่งก็คือ การกล่าวอ้างถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือห้างร้านนั่นเอง สารสนเทศด้านสรรพคุณนี้มีความแตกต่างกันไปตามประเภทของผลิตภัณฑ์และห้างร้านที่ได้รับการนำมาโฆษณา เช่น โฆษณาสินค้าประเภทยาและเวชภัณฑ์ และสินค้าประเภทของใช้ภายในบ้านเรือน มีการแจ้งสรรพคุณของสินค้าเช่นกัน แต่โฆษณาสินค้าประเภทแรกจะเน้นสรรพคุณในการบรรเทาอาการของโรค ในขณะที่โฆษณาสินค้าประเภทหลังอาจจะเน้นสรรพคุณในการทำความสะดวก เป็นต้น

จากการศึกษาพบว่า การบริการสารสนเทศในลักษณะการกล่าวอ้างเป็นส่วนสำคัญในโฆษณาสินค้าทุกเรื่อง แต่ทั้งนี้สามารถเห็นได้ชัดจากโฆษณาสินค้าประเภทยาและเวชภัณฑ์ เครื่องใช้ไฟฟ้า



ของใช้ในครัวเรือน เครื่องสำอางและของใช้ส่วนตัว รถยนต์ รวมทั้งเครื่องมืออุปกรณ์เกี่ยวกับรถยนต์ ตัวอย่างเช่น

โฆษณาฮีรูดอยด์ แจ้งไว้ว่า "ฮีรูดอยด์ บรรเทาอาการขวมและปวดตึงของกล้ามเนื้อ บรรเทาอาการหลอดเลือดขอด ช่วยให้แผลที่แข็งนุ่มลงได้"

โฆษณาก้อนหอมดับกลิ่นวินโป แจ้งว่าสินค้าสามารถขจัดกลิ่นอับ ขับแมลงสาบ แมลงกินผ้า โฆษณายาสีฟันแซค แจ้งว่าสินค้าสามารถขจัดคราบขุหรือ ฝ้า และกาแฟ และไม่ทำลายเคลือบฟัน

โฆษณาบ๊อป ซึ่งเป็นอุปกรณ์ดีตรยนต์เพื่อลดควันดำ แจ้งไว้ว่า "รถผมควันดำครึบ เร่งขึ้น สะใจอีหลี ทำอย่างไรหรือครับ เดียวผมสืบอกให้" พร้อมกับมีตัวอักษรแจ้งว่า "บ๊อปช่วยลดควันดำ 60% ประหยัดน้ำมัน 8.5% ลดคาร์บอนมอนนอกไซด์ 49% เป็นการแจ้งผลจากการใช้สินค้า

โฆษณาเครื่องเล่นวิดีโอเนชั่นแนลพี10 แจ้งว่าสินค้าสามารถเล่นภาพเข้าได้นุ่มและหยุดภาพได้นิ่งใส

โฆษณารถบรรทุกฮีโน่ ให้เห็นภาพการนำสินค้าไปใช้ในงานขนส่งต่าง ๆ

โฆษณาเครื่องสับผสมอาหารมูลิเนกซ์ แจ้งว่า สินค้าเมื่อใช้แล้วล้างทำความสะอาดง่าย

โฆษณาสีก็ปตัน แจ้งว่า "ทากันที่ไ้ได้มากขนาดนี้" พร้อมแสดงภาพช่างทาสีกำลังทาสีกล่องสีเหลี่ยมขนาดใหญ่หิม่า โดยเห็นช่างทาสีตัวเล็กมาก

โฆษณาข้าวรักไทย แจ้งว่าหุงไ้ทันที่ไ้ไม่ต้องชว

โฆษณากางเกงชั้นในสตรีสลอคกี้ แจ้งว่าสินค้ามีความนุ่ม เบา สบาย เมื่อนำไปสวมใส่ ฯลฯ

การแจ้งสารสนเทศตามที่ยกตัวอย่างนั้น เป็นการกล่าวอ้างคุณสมบัติที่ตีบางประการของสินค้า ซึ่งหากจะกล่าวไปแล้วก็มีส่วนที่จะเป็น การบริการในลักษณะของการโน้มน้าวใจได้เช่นกัน

#### 14. การบริการสารสนเทศในลักษณะสาระเพื่อทราบ (informative service)

การบริการสารสนเทศในลักษณะนี้คือ การให้ข้อมูลบางประการเกี่ยวกับสินค้าในลักษณะของการบอกกล่าวถึงคุณสมบัติบางประการของสินค้า บริการ หรือห้างร้านที่โฆษณา เช่น โฆษณาทรุกโตโยต้า บิ๊กโตน่า แจ้งว่าเครื่องยนต์ของรถมิกำลัง 115 แรงม้า ที่ 3400 รอบต่อนาที การแจ้งสารสนเทศที่เข้าข่ายลักษณะสาระเพื่อทราบได้แก่

#### 14.1 การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับการผลิต

14.1.1 การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับที่มาของสินค้า การแจ้งสารสนเทศในลักษณะนี้โดยมากจะได้รับการแจ้งเป็นส่วนประกอบมากกว่าที่จะเป็นจุดเน้นในเรื่องโฆษณา จากการศึกษา ผู้วิจัยพบว่า การแจ้งสารสนเทศในส่วนนี้มักเป็นการแจ้งว่าสินค้านั้นมาจากประเทศใด เช่น น้ำมันเครื่องเทรนจากประเทศฝรั่งเศส เครื่องซักผ้าเออีจี เทคโนโลยีจากเยอรมัน หรือน้ำยาดัดผมอีโกรรารอแยลจากเยอรมนี แต่ทั้งนี้โดยมากจะเป็นการแจ้งเพียงที่มา ไม่ได้ให้รายละเอียดว่าเป็นสถานที่ของการผลิต การประกอบชิ้นส่วน หรือนำเข้าจากประเทศดังกล่าว นอกจากนั้นโฆษณาสินค้าบางอย่างแจ้งสถานที่ผลิตสินค้า โดยเป็นในลักษณะแจ้งให้ทราบว่าผลิตภัณฑ์ที่ประเทศใดเช่นโฆษณามันฝรั่งกือบกือบ ขึ้นตัวอักษรประกอบว่า "ผลิตในประเทศไทย"

14.1.2 การแจ้งสารสนเทศแจ้งเกี่ยวกับวัตถุดิบ สารสนเทศลักษณะนี้เป็นส่วนสำคัญในโฆษณาสินค้าประเภท อาหาร เครื่องดื่ม เครื่องสำอางหรือของใช้ส่วนตัว ตลอดจน อารมณ์ เครื่องนุ่งห่มบางเรื่อง โดยแจ้งไว้ใน 2 ลักษณะคือ

- แจ้งชนิดของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเช่น โฆษณาปลาหมึกเต่าทอง แจ้งว่าทำมาจากปลาหมึก มันฝรั่งแผ่นกือบกือบแจ้งว่าทำมาจากมันฝรั่ง เสื้อผ้าเด็กกึ่งป้องกัน แจ้งว่า ผลิตจากใยฝ้ายธรรมชาติ 100 เปอร์เซ็นต์ น้ำตาลสดชีไซด์แคน ผลิตจากตาลสด

- แจ้งแหล่งที่มาของวัตถุดิบ เช่น โฆษณาที่นอนเรสตา แจ้งว่า ผลิตจากผ้าจากประเทศเบลเยียม

14.1.3 แจ้งขั้นตอนกรรมวิธีการผลิต เป็นสารสนเทศที่ได้รับการแจ้งไว้ไม่มากนัก ลักษณะที่ปรากฏจะเป็นภาพแสดงขั้นตอนกรรมวิธีบางอย่างในการผลิตสินค้าที่นำมาโฆษณา เช่น น้ำมันปาล์มพามาโล่า แจ้งขั้นตอนการผลิต พัฒลมตราข้าง ให้เห็นภาพของการทำงานภายในโรงงานผลิต โฆษณาρχตาหินอ่อน แจ้งสารสนเทศตั้งแต่ขั้นตอนการหาวัตถุดิบ กรรมวิธีแปรรูปในโรงงาน จนกระทั่งออกมาเป็นตัวสินค้าที่วางจำหน่าย

#### 14.2 การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับราคา

การบริการสารสนเทศในส่วนนี้มีปรากฏในโฆษณาสินค้าบางเรื่องเท่านั้น และมีเป็นจำนวนน้อย ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจน เช่นโฆษณาขนมเยลลี่ตราปิโป ซึ่งแจ้งไว้ว่ามีจำหน่าย 2



ขนาด แต่เน้นการโฆษณาที่ขนาดใหญ่แจ้งราคา 5 บาท ด้วยตัวอักษรบนจอภาพอย่างเด่นชัด โฆษณาเครื่องสับผสมอาหารมูลินเน็กซ์ แจ้งอย่างชัดเจนว่า 999 บาท โฆษณาเครื่องเล่นวีดีโอมีตซูบิชิ MX 1 แจ้งว่า ราคาช่วงแนะนำ 8,950 บาท โฆษณาการแสดง The London City Ballet แจ้งราคาบัตร คือ 400 1000 15000 2000 บาท คอนเสิร์ตในประสานใจเพื่อชาวไทย แจ้งราคาบัตร 20 บาท

ตัวอย่างอื่น ๆ เช่น โฆษณาธอิชูซุ ที่แจ้งว่า "อิซุซุสนับสนุนนโยบายรัฐบาล ด้วยราคาใหม่ ฟาสเตอร์แซด นิว 2500 ดีไอ รูนส์เปซแคบ เอสแอล 310,500 บาท รูนส์ปาร์ค อีเอ็กซ์ 288,800 บาท โฆษณาธมาสด้า แอสติน่า แจ้งราคาใหม่คือ 599,000 บาท พร้อมอุปกรณ์ครบชุด ทั้งนี้ส่วนหนึ่งของการแจ้งราคาของสินค้าอย่างชัดเจนนั้น เนื่องมาจากการประกาศปรับลดราคากาฬิรดยนต์ ทำให้สินค้าประเภทรถยนต์บางตัวใช้สารสนเทศทางด้านราคาเป็นจุดขายแก่ตัวสินค้า แต่ทั้งนี้ยังมีไม่มากนัก อย่างไรก็ตาม การแจ้งสารสนเทศด้านราคาในบางกรณี เช่น กรณีของโฆษณาเครื่องเล่นมีตซูบิชิ MX 1 และธอิชูซุ อาจกล่าวได้ว่าเป็นการให้บริการสารสนเทศในลักษณะข้อเสนอพิเศษ และลักษณะของการโน้มหน้าใจไปพร้อมกัน

#### 14.3 การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับปริมาณบรรจุ

การแจ้งสารสนเทศในส่วนนี้ เป็นเพียงบริการสารสนเทศประกอบ ซึ่งปรากฏในโฆษณาสินค้าประเภทยาและเวชภัณฑ์บางเรื่องเท่านั้น ในลักษณะการแจ้งขนาดบรรจุของยา เช่น ยาเม็ดแจ้งจำนวนบรรจุโดยระบุจำนวนเม็ดต่อหนึ่งหีบห่อ เช่น ยานาลูแทบ หนูต้า ทิฟี่ แจ้งว่าบรรจุแผงละ 4 เม็ด ยากระชัยเส้นทรานาทีทอง บรรจุ 8 เม็ดในซองแดง หรือในโฆษณาสินค้าประเภทเครื่องดื่ม คือ น้ำดื่มตราสิงห์ได้นำสารสนเทศเกี่ยวกับปริมาณบรรจุมาแจ้งไว้เป็นส่วนสำคัญ คือ แจ้งว่า สินค้ามีขนาดบรรจุ 1.5 ลิตร

นอกจากนั้น การแจ้งสารสนเทศในส่วนนี้ยังปรากฏบนตัวบรรจุภัณฑ์ที่ปรากฏในโฆษณาสินค้าบางชนิด เช่น โฆษณาน้ำอัดลมบางเรื่องซึ่งให้เห็นภาพขวดสินค้าด้านหน้า ซึ่งในส่วนนั้นปรากฏปริมาตรของสินค้าแจ้งไว้ซึ่งเป็นการแจ้งทางอ้อม



#### 14.4 การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับสูตรหรือระบบ ของตัวสินค้าหรือบริการ

การแจ้งสารสนเทศในลักษณะนี้ปรากฏในโฆษณาสินค้าหรือบริการเพียง

บางประเภทในลักษณะของสารสนเทศประกอบเท่านั้น และปรากฏอยู่ไม่มาก กล่าวคือเป็นการแจ้งว่าสินค้านั้นเป็นสูตร หรือระบบใด เช่น โฆษณาคุกกี้กิมพีเรียล แจ้งว่าสินค้าเป็นสูตรเดนมาร์ค โฆษณาโทรทัศน์เคลื่อนที่โมโตโรล่า แจ้งว่าสินค้าเป็นระบบ 800

#### 14.5 การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับองค์ประกอบ

การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์หรือห้างร้าน จัดเป็นการบริการสารสนเทศในลักษณะการแจ้งให้ทราบ ในกรณีที่การแจ้งสารสนเทศดังกล่าว เป็นการแจกแจงถึงสิ่งที่สินค้า บริการ หรือห้างร้านมีโดยละเอียดทั้งหมด ตัวอย่างเช่น

โฆษณาเทปเพลงชุดหวานซูปเปอร์คลาสสิก กิตติคุณ 3 มีการแจ้งชื่อเพลงที่อยู่ในเทปไว้คือ จูมัตจำ มนต์เมืองเหนือ แล้วจะรู้ว่าพริก คินนี้พี่ควงอันเป็นดวงใจ สาส์นรักฉบับล่า รังรักในจินตนาการ เหนือดวงชีวา ไกลน่อง ไทยระกำ และ แขนง ซึ่งเป็นการแจกแจงชื่อเพลงทั้งหมดในเทปชุดดังกล่าวให้ผู้บริโภคได้ทราบ

โฆษณาเทปชุดชะตาฟ้า แจ้งว่าผู้ที่ขับร้องเพลงต่าง ๆ ในเทปคือ เพ็ญศรี พุ่มชูศรี เศรษฐา ศิระฉายา ม.ร.ว.เบญจมาภ ไกรฤกษ์ พุสชา โทณะวณิก รวมทั้งชื่อผู้แต่งเพลง ได้แก่ ศาสสัณฑ์ บุญญาสัย ปราจีน ทรงเผ่า ธนิต เข็มพัฒนาสกุล พงศ์เทพ เทพศิริ และศรายุทธ สุปัญญ โดยให้เห็นภาพของผู้ร้อง และผู้แต่งด้วย

โฆษณานมตราหมี แจ้งว่ามีสารอาหารคือ วิตามิน แร่ธาตุ แคลเซียม โปรตีน โฆษณาโฆษณาอายุคูลท์ แจ้งว่ามีจุลินทรีย์แลคโตบาซิลลัส

โฆษณาอาหารเสริมอเลคต้าเอ็มเอฟ เสริมวิตามิน เกลือแร่ และธาตุเหล็ก รวม 25 ชนิด

โฆษณابัตรวีซ่ากรุงไทย เน้นสารสนเทศเกี่ยวกับการผนวก 3 เอกสิทธิ์ คือ บัตรกรุงไทยเอทีเอ็ม ที่ใช้เบิกถอนเงินสดนับใจ บัตรเครดิตกรุงไทย และบัตรวีซ่า กว้างไกลทั่วโลก และต่างประเทศ

15. การบริการสารสนเทศเกี่ยวกับการรับประกัน (guarantee)

การบริการสารสนเทศในลักษณะนี้ได้แก่ การแจ้งถึงการรับประกันในตัวสินค้า เป็นสำคัญซึ่งเป็นไปในลักษณะการรับประกันที่เป็นหลักฐาน อาจมีการฟ้องร้องได้หากไม่เป็นไปตาม การรับประกันนั้น ๆ ซึ่งต่างจากการบริการสารสนเทศในลักษณะการรับรอง การบริการในลักษณะนี้ โดยมากจะผ่านมากับโฆษณาสินค้าประเภทยานพาหนะเป็นส่วนใหญ่ ในลักษณะการแจ้งระยะเวลาและ ระยะทาง ซึ่งจะแจ้งไว้เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น โตโยต้าบิก โดน่า โตโยต้า ไฮลักซ์ ไม้ตีเอกซ์ แจ้งว่ามีการรับประกัน 2 ปี หรือ 50,000 กิโลเมตร รถยนต์เซฟิโรแจ้งว่า ให้การรับประกัน 2 ปี เป็นต้น

16. การบริการสารสนเทศในลักษณะการอ้างอิง (reference)

การบริการสารสนเทศในส่วนนี้เป็นการแจ้งผลการวิจัยค้นคว้าประกอบในการโฆษณา สินค้า บริการ หรือห้างร้านต่าง ๆ ซึ่งปรากฏไม่มากนัก การบริการสารสนเทศในส่วนนี้แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ การแจ้งผลการค้นคว้าวิจัยจากบริษัทอื่น เช่น หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ มีการแจ้ง ข้อมูลเกี่ยวกับความนิยมของผู้อ่าน คือ แจ้งว่า หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ เป็นหนังสือพิมพ์ธุรกิจที่ได้รับความนิยมสูงสุดตลอดห้าปี โดยแจ้งเพิ่มเติมด้วยลายลักษณ์อักษรว่า เป็นผลการสำรวจของบริษัท ตีมา ระหว่างปี 1986-1990 ซึ่งในส่วนนี้จัดเป็นการบริการสารสนเทศในลักษณะของการชี้แจง ดังที่กล่าวไว้ข้างต้น นอกจากนี้ การบริการสารสนเทศในลักษณะการอ้างอิงนี้ อาจปรากฏในลักษณะการแจ้ง ผลการค้นคว้าวิจัยของบริษัทผู้ผลิตสินค้าเองซึ่งในลักษณะนี้มีเป็นส่วนน้อยมาก และหากมีการแจ้งไว้ ก็จะเป็นในลักษณะของการให้เห็นภาพการค้นคว้าในห้องทดลอง พร้อมบอกว่าสินค้าดังกล่าวได้ผ่านการค้นคว้าทดลองจากบริษัท มากกว่าจะแจ้งผลจากการทดลองอย่างชัดเจน

17. การบริการสารสนเทศในลักษณะการให้คำปรึกษา (consultation/advice)

การบริการสารสนเทศในลักษณะการให้คำปรึกษา คือ การบริการที่ถูกซื้อโดย ลูกค้าที่ต้องการคำแนะนำเกี่ยวกับปัญหาที่ต้องอาศัยความรู้ความสามารถ รวมทั้งเทคนิคจากผู้เชี่ยวชาญ (Fritz Machlup, 1972:324) สำหรับในการโฆษณานั้น บริการในลักษณะนี้ได้แก่ การแจ้ง หนทางในการแก้ปัญหาให้แก่ผู้บริโภคทางอ้อมนั่นเอง เช่นในโฆษณาปรากฏปัญหาผมแห้ง ผมแตกปลาย ท่อน้ำตันลูกเล่นกันเนื้อตัวมอมแมม เหล่านี้คือเหตุการณ์ปัญหาที่ได้รับการจำลองขึ้นในเรื่องโฆษณา ซึ่ง

ในเรื่องโฆษณาจะเนะถึงวิธีการแก้ปัญหาเหล่านั้น นั่นก็คือการใช้สินค้า หรือบริการที่เสนอขายเข้ามา  
แก้ปัญหา การแจ้งสารสนเทศเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นการบริการสารสนเทศในลักษณะการให้คำปรึกษา  
ผ่านโฆษณาโทรทัศน์ ตัวอย่างเช่นโฆษณายาบรรเทาหวัดนาลูแทบ

<u>ภาพ</u>	<u>เสียง</u>
ผู้ชายกุ่มแก้มขวาเดินเข้ามาในบ้าน	
ชายยา สีหน้าไม่สบาย	คนขาย : รับประทานดิครับ
ชายเดิมใช้มือกดจมูกข้างหนึ่งไว้	ผู้ชาย : เออ...เออ...
คนขายแนะนำสินค้า	คนขาย : นาลูแทบ
ภาพชองยาด้านหน้า	
ช้อนข้อความ : บรรเทาหวัด	เสียงบรรยาย : นาลูแทบ บรรเทา
คัดจมูก น้ำมูกไหล ปวดศีรษะ และเป็นไข้	อาการหวัด คัดจมูก น้ำมูกไหล
	ปวดศีรษะ และเป็นไข้
คนซื้อและคนขายพูดกับผู้ชม	พร้อมกัน : นาลูแทบ
ช้อนข้อความ : นาลูแทบบรรจุแผง 4 เม็ด	
เป็นยาแผนปัจจุบัน บรรจุเสร็จ	
ช้อนข้อความ : นาลูแทบ	เสียงบรรยาย : นาลูแทบ
ก่อนใช้ควรอ่านคำเตือนในฉลาก	ใครว่าเรียกยาก

โฆษณาข้างต้น ในตอนแรกเป็นการแจ้งถึงปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้ซื้อยา คือมีอาการคัดจมูก ซึ่ง  
สินค้าที่โฆษณาคือยาบรรเทาหวัดได้รับการแนะนำเข้ามาเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว อันเป็นลักษณะการบริ  
การสารสนเทศในลักษณะการให้คำปรึกษา

#### 18. การบริการสารสนเทศในลักษณะการแนะแนว (guideline)

การแจ้งสารสนเทศที่จัดว่าเป็นการบริการสารสนเทศในลักษณะชี้แนะจะเห็นได้ชัด  
จากส่วนที่เป็นการแจ้งถึงเรื่องราวเหตุการณ์ในสังคม กล่าวคือเป็นการให้แนวทางแก่ผู้บริโภคว่า  
ควรมีความคิด หรือการกระทำไปในทางใดที่ถูกต้องในลักษณะที่ค่อนข้างจะเป็นเหตุเป็นผล เนื่อง

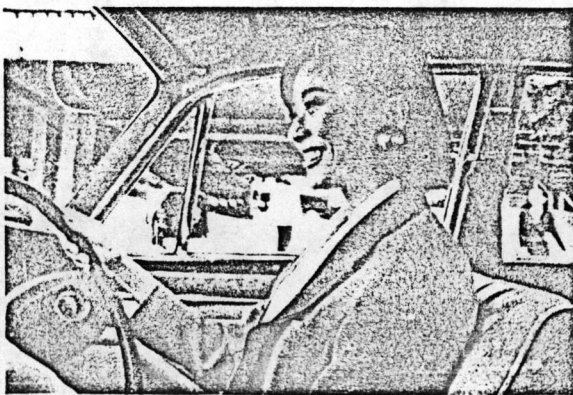


จากเป็นข้อเท็จจริงทางสังคม ตัวอย่างของการบริการสารสนเทศในลักษณะดังกล่าว เช่น การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัว จะแสดงออกมาในลักษณะที่บุคคลในครอบครัวมีความรักความห่วงใย แม้เป็นแม่บ้านที่ดี พ่อมีความเอาใจใส่ครอบครัว สามภรรยาอยู่ด้วยกัน ซึ่งเป็นลักษณะของการชี้นำสิ่งที่ดีควรจะเป็นให้แก่ผู้บริโภค

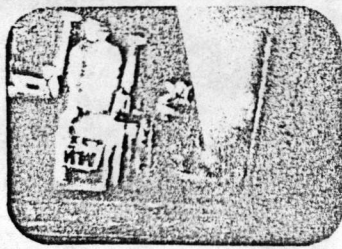
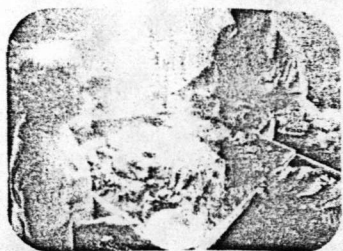
นอกจากนี้ อาจปรากฏในลักษณะการแจ้งสารสนเทศที่แสดงถึงการส่งเสริมศิลปะวัฒนธรรมไทย ความเป็นระเบียบในสังคม การส่งเสริมให้ร่วมมือกันอนุรักษ์ธรรมชาติ หรือคุณธรรมประกอบอาชีพ ซึ่งล้วนเป็นการบริการสารสนเทศในลักษณะของการชี้นำให้ผู้บริโภคปฏิบัติไปในทางที่ควร

#### 19. การบริการสารสนเทศในลักษณะความบันเทิง (entertainment)

การบริการสารสนเทศในลักษณะความบันเทิง ได้แก่ การแจ้งสารสนเทศในลักษณะของความสนุก ความสวยงาม ความตลกขบขัน ความเกินจริง ความตื่นตาตื่นใจ ฯลฯ ผ่านมากับเรื่องโฆษณา ซึ่งโดยมากจะไม่เกี่ยวกับสิ่งที่ต้องการเสนอขาย หากแต่เป็นการสร้างบรรยากาศของการเสนอสารสนเทศให้ได้รับความสนใจจากผู้บริโภคสารสนเทศนั้นยิ่งขึ้น ตัวอย่างเช่น โฆษณาเมืองไทยประกันชีวิต ซึ่งมีการบริการสารสนเทศในลักษณะ ความบันเทิง จากความเกินจริง และความสนุกสนานของการดำเนินเรื่องโฆษณา ดังนี้



นอกจากนั้นเช่น ภาพที่ได้รับการจัดแสงสีให้เกิดความสวยงาม ตลอดจนการใช้คำบรรยายที่ลละลวย ซึ่งเป็นการบริการสารสนเทศในลักษณะความบันเทิงผ่านมากับโฆษณาน้ำมันพืชกิน



คำบรรยาย :

ในทุกครัวไทยเราเนี่ยะ มีใครคนหนึ่ง  
ที่เชื่อเสมอว่า ถ้าจะกินแล้วล่ะก็  
ต้องกินในอร่อย...

คนคนนั้นแหละ ที่เป็นเจ้าของเคล็ดลับ  
ความอร่อยที่เราชอบ

มีน้ำล่ำ ทินถึงได้ยู่คู่ครัวเรามาาน  
ทินไม่มีรส ไม่มีกลิ่น เคล็ดลับในการ  
ปรุงอาหาร

การบริการสารสนเทศในลักษณะของความบันเทิงยังรวมถึงผลจากเทคนิคการนำเสนอ การใช้สิ่งดึงดูดใจ (appeal) ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น แรงดึงดูดทางเพศ ความน่ารักของเด็ก สัตว์ ความเพลิดเพลินของดนตรี หรือใช้การกีฬา เข้ามาในการนำเสนอเรื่องโฆษณา ตลอดจนความสละสลวยของภาษาด้วย

ในการโฆษณาทางโทรทัศน์นั้น แม้จะมีบริการในลักษณะข้อมูลข่าวสารเชิงเหตุผลเกี่ยวกับสินค้า แต่บางครั้งสิ่งที่จะช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าได้ไม่ใช่เพราะการบริการสารสนเทศดังกล่าว หากเป็นสารสนเทศในลักษณะของความบันเทิงซึ่งแจ้งผ่านโฆษณาโทรทัศน์ไว้

จากแนวคิดที่ว่า การบริการเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงสภาพการณ์หรือสถานการณ์ของผู้บริโภคไปในทางใดทางหนึ่ง (John Shaw, 1989:9) ดังนั้นการบริการสารสนเทศจึงเป็น การให้ข้อมูลซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปในทางใดทางหนึ่ง ทั้งนี้โดยการโฆษณาแล้วเป็นลักษณะของการชี้แนะ (guide) ในการเลือกซื้อของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ด้วยเหตุนี้ หากจะกล่าวไปแล้ว ความบันเทิงก็จัดได้ว่าเป็นลักษณะหนึ่งของการบริการสารสนเทศได้ เนื่องจากมีส่วนช่วยเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ของผู้บริโภค กล่าวคือช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจได้ว่าจะซื้อสินค้าใดดี เช่น ในกรณีที่โฆษณามีบริการสารสนเทศในเชิงเหตุผลคล้ายคลึงกัน อาจไม่ช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจได้ว่าจะเลือกสินค้าหรือบริการไหนดี แต่ด้วยภาพที่สวยงาม ความน่ารักของเด็กที่เป็นผู้แสดงในเรื่องโฆษณา อาจทำให้เขาตัดสินใจเลือกสินค้านั้น ในลักษณะนี้เองที่กล่าวได้ว่าการบริการสารสนเทศในลักษณะความบันเทิงเข้ามามีส่วนช่วยชี้แนะการเลือกซื้อของผู้บริโภคได้ในระดับหนึ่ง

## 20. การบริการสารสนเทศในลักษณะการโน้มน้าวใจ (persuasion)

การบริการสารสนเทศในลักษณะการโน้มน้าวใจ ได้แก่ การแจ้งสารสนเทศในลักษณะที่แฝงความคิดเห็นบางประการ พยายามที่จะสร้างความคล้อยตาม หรือการเห็นดีเห็นงามไปกับตัวสินค้า บริการ หรือห้างร้าน ให้แก่ผู้บริโภค ทั้งนี้อาจจะไม่ได้แจ้งออกมาโดยตรง แต่แฝงมากับการบริการสารสนเทศในลักษณะอื่น

จากการบริการสารสนเทศผ่านโฆษณาโทรทัศน์ที่ได้อธิบายถึงข้างต้น กล่าวได้ว่า เข้าข่าย



การบริการสารสนเทศในลักษณะของการโน้มน้าวใจทั้งสิ้นไม่ว่าจะเป็นบริการสารสนเทศในลักษณะข้อแนะนำ สารเพื่อทราบ ฯลฯ ทั้งนี้ เนื่องจากสารสนเทศซึ่งแจ้งผ่านโฆษณาเวลานั้นได้รับการคัดสรรแล้วว่า เป็นการแจ้งถึงสิ่งที่ผู้ผลิตคิดว่าเป็นข้อดีของสินค้าเขา เพื่อต้องการให้ผู้บริโภคคล้อยตามหรือเห็นดีเห็นงามไปกับสิ่งที่เขาแจ้งไว้ไม่มากนักน้อย

อย่างไรก็ตาม การบริการสารสนเทศในลักษณะการโน้มน้าวใจนี้ อาจเห็นได้ชัดจากการบริการสารสนเทศแจ้งถึงตราหือสินค้า ซึ่งเป็นการบริการสารสนเทศในลักษณะของการระบุตัวการให้ตัวอย่างของผู้ที่ใช้สินค้าซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการบริการสารสนเทศในลักษณะการให้ตัวอย่าง รวมถึงการบริการสารสนเทศในลักษณะของข้อเสนอพิเศษ และการรับรอง เป็นสำคัญ

เป็นที่ยอมรับกันว่าตราหือสินค้า หรือชื่อบริการนั้น เป็นสิ่งที่มีความหมายต่อผลิตภัณฑ์อย่างมาก ตราหือหรือเครื่องหมายการค้าของสินค้า บริการ ห้างร้าน นั้นถ้าพิจารณาเคราะหุ์ดูให้ดีจะเห็นว่ามิสภาพไม่ต่างจาก "นามของคน" กล่าวคือต้องมีการ "สั่งสม" ชื่อเสียงเกียรติคุณ และต้องใช้เวลาพอสมควรจึงจะเป็นที่ยอมรับ ของสาธารณชนได้ (ณรงค์ นิตินันท์, คู่แข่ง ฉบับที่ 15 ปีที่ 10 : 213) การเป็นที่ยอมรับของตราหือสินค้า หรือชื่อบริการ มีผลต่อการยอมรับหรือการคล้อยตามกับบริการสารสนเทศอื่น ๆ ที่แจ้งผ่านโฆษณาสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ด้วย

นอกจากนั้น ตราหือนั้นเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงตำแหน่งของสินค้าหรือบริการได้อย่างดี สินค้าประเภทเดียวกันแต่ต่างกันที่ตราหือ ก็สามารถสร้างให้ผู้บริโภคเกิดความชอบพอในสินค้านั้นได้ต่างกัน ตราหือนี้ยังมีผลต่อความนิยมชมชอบของผู้บริโภคต่อสินค้าด้วย

การบริการสารสนเทศในลักษณะการกล่าวอ้าง คือการแจ้งถึงสรรพคุณต่าง ๆ หรือความสามารถต่าง ๆ ของสินค้า หรือบริการ ซึ่งจะแจ้งในข้อดีทั้งนั้น ถือได้ว่าบริการนั้นคือบริการสารสนเทศในลักษณะการโน้มน้าวใจเช่นกัน

นอกจากนี้ การบริการสารสนเทศในลักษณะการให้ตัวอย่าง ในส่วนของการแจ้งถึงผู้ใช้สินค้า หรือผู้แนะนำสินค้าไม่ว่าจะเป็นดารา ผู้มีชื่อเสียง ล้วนถือเป็นบริการสารสนเทศในลักษณะ

ของการโน้มน้าวใจได้ทั้งสิ้น เนื่องจากบุคคลที่ถูกคัดเลือกเพื่อเป็นตัวแทนของผู้ใช้สินค้าเหล่านั้นเป็นที่นิยมชมชอบของผู้บริโภคอยู่แล้ว ลักษณะนี้สามารถสร้างอิทธิพลต่อผู้บริโภคให้คล้อยตามกับตัวผลิตภัณฑ์ที่บุคคลเหล่านั้นแนะนำไม่มากนักน้อย

การแจ้งสารสนเทศเกี่ยวกับข้อเสนอหรือการสมนาคุณพิเศษ เป็นอีกส่วนหนึ่งที่จะจัดเป็นการบริการสารสนเทศในลักษณะการโน้มน้าวใจ กล่าวคือการแจ้งถึงข้อเสนอ หรือการสมนาคุณพิเศษนั้น เป็นส่วนที่พยายามที่จะจูงใจผู้บริโภคหันมาใช้สินค้าหรือบริการ ตลอดจนเข้ามาเป็นลูกค้าของห้างร้านที่ให้ข้อเสนอ หรือจัดรายการสมนาคุณพิเศษนั้น เช่นเดียวกันกับการบริการสารสนเทศในลักษณะการรับรอง ซึ่งมีผลต่อการโน้มน้าวใจให้ผู้บริโภคคล้อยตามไปในทางใดทางหนึ่งได้เช่นกัน

การบริการสารสนเทศในลักษณะการโน้มน้าวใจนี้ เป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยในการตัดสินใจในการบริโภคของผู้บริโภค กล่าวคือเพียงลำพังการบริการสารสนเทศในเชิงเหตุผล หรือความบันเทิง เช่นการบริการสารสนเทศในลักษณะการให้ความรู้เพิ่มเติม การแนะนำ ความตลก ฯลฯ นั้น ไม่เพียงพอที่จะเป็นข้อมูลในการตัดสินใจของผู้บริโภคได้ หากแต่ต้องผนวกการบริการสารสนเทศในลักษณะการโน้มน้าวใจไว้ด้วยเสมอ

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่จะจัดว่าเป็นการบริการสารสนเทศในลักษณะหนึ่ง อาจสามารถที่จะเป็นการบริการสารสนเทศในอีกลักษณะหนึ่งได้ เช่น การแจ้งว่าผู้ใช้สินค้าเป็นบุคคลใดบ้างนั้น อาจมองได้ว่าเป็นการบริการสารสนเทศในลักษณะการรับรอง หรืออีกประการหนึ่งอาจพิจารณาได้ว่าเป็นการให้ตัวอย่าง ทั้งนี้และทั้งนั้นการจะตัดสินว่าการส่งผ่านสารสนเทศใดเป็นบริการในลักษณะใดนั้น ไม่สามารถแบ่งออกจากกันได้เด็ดขาด ขึ้นอยู่กับการพิจารณาของผู้บริโภคซึ่งเป็นผู้รับบริการสารสนเทศดังกล่าวเป็นสำคัญ

จากการศึกษาทั้งหมดจะเห็นว่า การบริการสารสนเทศผ่านโฆษณาโทรทัศน์จะเป็นไปในลักษณะการบริการสารสนเทศเชิงเหตุผล การโน้มน้าวใจ และความบันเทิงเป็นสำคัญ ทั้งนี้การบริการทั้งสามลักษณะนั้นไม่สามารถแยกออกจากกันได้เด็ดขาด อย่างไรก็ตาม การบริการสารสนเทศในลักษณะการโน้มน้าวใจ และความบันเทิงจะมิพบทบาทที่เด่นออกมา เนื่องจากในปัจจุบันมีสินค้า



การบริการ และบริษัทห้างร้าน มากมายที่ได้รับการนำมาโฆษณาทางโทรทัศน์ ซึ่งหากจะพิจารณาไปแล้ว โดยตัวสินค้า การบริการ หรือห้างร้านเหล่านั้น ไม่ได้มีคุณลักษณะที่แตกต่างกันอย่างชัดเจนแต่ประการใด ด้วยเหตุนี้การบริการสารสนเทศในส่วนที่เป็นเหตุผล เช่น แจ้งว่าสินค้ามีความสามารถอย่างไร ประกอบด้วยอะไรบ้าง มีบรรจุภัณฑ์อย่างไร มีข้อเสนอแนะในการใช้อย่างไร จึงไม่มีความแตกต่างกันอย่างเด่นชัด ดังนั้น การจัดบริการสารสนเทศแก่ผู้บริโภคนั้น จึงมีแนวโน้มที่จะเป็นการแข่งขันกันในส่วนของการบริการสารสนเทศด้านความบันเทิง และการโน้มน้าวใจมากกว่า เช่น เน้นที่ภาพสวยงาม ใช้คำพูดที่ติดหูผู้บริโภคได้ง่าย หรือการใช้เพลงยอดนิยมเข้ามาประกอบ ฯลฯ ทั้งนี้เนื่องจากการบริการสารสนเทศในลักษณะดังกล่าวนี้ สามารถที่จะมีบทบาทในการชี้แนะการตัดสินใจในการบริโภคของผู้บริโภคอยู่ไม่น้อย

อย่างไรก็ตาม หากจะพิจารณาการบริการสารสนเทศในลักษณะต่าง ๆ ดังที่ได้กล่าวมาแล้วได้ว่า การบริการสารสนเทศเหล่านั้น สามารถจะก่อให้เกิดความรู้แก่ผู้บริโภคหากผู้บริโภคมีความเข้าใจในสารสนเทศต่าง ๆ ที่บริการไว้ในเรื่องโฆษณา ด้วยเหตุนี้ การบริการสารสนเทศจึงกล่าวได้ว่าเป็นการบริการความรู้แก่ผู้บริโภคในประการหนึ่ง จากการศึกษา พบว่าการบริการสารสนเทศผ่านโฆษณาโทรทัศน์นั้น สามารถสรุปรวมเป็นการบริการสารสนเทศโดยพิจารณาการนำไปใช้ได้ 5 ประเภทดังนี้

#### 1. การบริการสารสนเทศเพื่อการนำไปใช้

ได้แก่ การบริการสารสนเทศที่ผู้บริโภคสามารถนำสารสนเทศที่ไดรับมานั้นไปใช้ในทางปฏิบัติ กล่าวคือใช้ในการเลือกหา หรือการตัดสินใจในการซื้อสินค้า หรือใช้บริการ เช่น ในกรณีที่ผู้บริโภคต้องการจะซื้อตู้เย็น ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตู้เย็นที่ได้รับแจ้งไว้ในเรื่องโฆษณา จะเข้าลักษณะการบริการสารสนเทศเพื่อการนำไปใช้ กล่าวคือ ผู้บริโภคสามารถทราบได้ว่ามีตู้เย็นแบบใดตรายี่ห้อใด ในท้องตลาด และอาจทราบคุณสมบัติบางประการของตู้เย็นดังกล่าว

#### 2. การบริการสารสนเทศเพื่อภูมิปัญญา

ได้แก่ การบริการสารสนเทศจากโฆษณาโทรทัศน์ โดยที่ผู้บริโภคซึ่งรับบริการนั้น มีความอยากรู้อยากเห็น กล่าวได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้ หรือการศึกษา ตัวอย่างเช่น การที่



ผู้บริโภคเห็นโฆษณาคนโตมิเนียม หรือสนามกอล์ฟปรากฏอยู่มากในโฆษณาปัจจุบัน อาจทำให้เขามองเห็นถึงแนวโน้มค่านิยมของการอยู่อาศัย และค่านิยมเกี่ยวกับการกีฬา นอกจากนี้รูปแบบของครอบครัวที่ปรากฏในเรื่องโฆษณาซึ่งโดยมากเป็นครอบครัวเดี่ยวขนาดเล็ก อาจทำให้ผู้บริโภคเรียนรู้ว่าครอบครัวไทยมีแนวโน้มที่จะเป็นครอบครัวในรูปแบบนั้น หรือการที่โฆษณาผลิตภัณฑ์หลายเรื่องมีการหยิบยกปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมมานำเสนอ ก็อาจสร้างการเรียนรู้ในเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติให้แก่อุบริโภคได้ ลักษณะนี้กล่าวได้ว่า เป็นการบริการสารสนเทศที่ผู้บริโภคนำไปใช้ในการเรียนรู้ระดับปัญญา ซึ่งเขาสามารถจะเก็บไว้เป็นความรู้เพื่อนำไปใช้ในทางใดทางหนึ่ง

### 3. การบริการสารสนเทศเพื่อความบันเทิง

การบริการสารสนเทศในลักษณะนี้ เป็นการที่ผู้บริโภครับสารสนเทศต่าง ๆ ที่มีบริการไว้ในเรื่องโฆษณาไปเพื่อสร้างความสนุกสนาน หรือเป็นสิ่งที่กระตุ้นทางอารมณ์ให้แก่เขา หรือเป็นการใช้บริการสารสนเทศเพื่อการพักผ่อน ไม่ได้ตั้งใจที่จะนำสารสนเทศเหล่านั้นไปช่วยในการค้นหาสินค้า บริการ หรือเก็บไว้เป็นความรู้แต่อย่างใด ตัวอย่างเช่น การบริการสารสนเทศที่เป็นฉากรักโรแมติกในโฆษณาชีวสรีกัล ความตลกขบขันในโฆษณาเมืองไทยประกันชีวิต หรือความน่ารักของเด็กในโฆษณาเบบี๋มายด์ เป็นต้น

### 4. การบริการสารสนเทศในลักษณะความรู้ที่ไม่ต้องการ

การบริการในลักษณะนี้ เป็นการบริการสารสนเทศที่ผู้บริโภคไม่ได้มีความตั้งใจ หรือไม่ต้องการที่จะได้รับสารสนเทศที่มีบริการจากโฆษณาโทรทัศน์แต่อย่างใด หากแต่ได้รับมาเพราะการบริการสารสนเทศดังกล่าวปรากฏในโทรทัศน์เท่านั้น ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากขณะนั้นผู้บริกกกำลังรอรายการโทรทัศน์ที่เขาติดตามอยู่ ตัวอย่างของการบริการสารสนเทศในลักษณะความรู้ที่ไม่ต้องการ เช่น กรณีที่ผู้บริโภคเป็นเพศชายมีอาชีพเป็นนักธุรกิจระดับแนวหน้า เขาอาจจะไม่ต้องการบริการสารสนเทศหรือความรู้เกี่ยวกับน้ำยาล้างจานที่ปรากฏในเรื่องโฆษณา แต่เขาอาจได้รับบริการสารสนเทศดังกล่าวมาโดยไม่ได้ตั้งใจ เนื่องจากมีโฆษณาดังกล่าวปรากฏในโทรทัศน์ขณะที่เขากำลังติดตามรายการข่าว อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคสามารถหลีกเลี่ยงการบริการสารสนเทศในลักษณะความรู้ที่ไม่ต้องการนี้ได้ ไม่ว่าจะเปลี่ยนช่อง หรือเปลี่ยนไปทำกิจกรรมอื่น ๆ เมื่อโฆษณาปรากฏ

5. การบริการสารสนเทศเพื่อเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการ

การบริการสารสนเทศในส่วนนี้ หมายถึง การที่ผู้บริโภครับบริการสารสนเทศจากโฆษณาโทรทัศน์แล้วก่อให้เกิดความรู้สึกพอใจ ประทับใจกับสารสนเทศเหล่านั้น ซึ่งอาจจะเป็นรูปลักษณะบรรจุภัณฑ์สินค้า สรรพคุณสินค้า ซึ่งสิ่งเหล่านี้ได้ไปกระตุ้นให้เขาเกิดความต้องการ หรือเกิดความอยากได้สินค้า ซึ่งโดยมากจะเป็นไปในลักษณะทันทีทันใด ทั้งนี้ การบริการสารสนเทศประเภทนี้มักมาจากการแจ้งสารสนเทศด้านความบันเทิง และสารสนเทศที่สร้างความรู้สึกคล้อยตามมากกว่าการแจ้งสารสนเทศในเชิงเหตุผล ตัวอย่างเช่น ภาพสีหน้าชื่นใจของบุคคลที่ได้ดื่มเครื่องดื่มเบียร์ที่ปรากฏในโฆษณา อาจเป็นสารสนเทศที่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกอยากดื่มเครื่องดื่มนั้นในทันที ซึ่งความรู้สึกอยากได้นั้นหากมีปัจจัยอื่นเข้ามาเสริม เช่น ขณะนั้นที่บ้านมีเครื่องดื่มเบียร์ เขาก็อาจจะเกิดพฤติกรรมการบริโภคก็ได้ แต่หากไม่มีปัจจัยดังกล่าวสิ่งที่เกิดขึ้นอาจเป็นเพียงความรู้สึกอยากได้ในขณะที่โฆษณาปรากฏเท่านั้น

นอกจากนี้ โฆษณาโทรทัศน์บางเรื่องอาจให้บริการสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับความรู้ทางศาสนา (Spiritual information service) แต่จะปรากฏอยู่น้อยมาก เนื่องจากตามระเบียบการตรวจพิจารณาโฆษณาทางโทรทัศน์ของคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์นั้น กำหนดไว้ประการหนึ่งว่า ห้ามอ้างชื่อบุคคลหรือสิ่งซึ่งเป็นที่เคารพสักการะของประชาชนเพื่อประโยชน์ในการโฆษณา ทั้งนี้รวมถึงการนำเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับศาสนาอันเป็นสิ่งที่เคารพสักการะมาแจ้งประกอบในเรื่องโฆษณาด้วย อย่างไรก็ตาม การบริการสารสนเทศในส่วนนี้ จะมีข้อยกเว้นสำหรับโฆษณาเป็นราย ๆ ไป โดยจะพิจารณาจากวัตถุประสงค์ของการนำเรื่องราวทางศาสนามาประกอบในเรื่องโฆษณา ซึ่งหากเป็นไปเพื่อการส่งเสริมการทำดี เน้นค่านิยมการทำบุญตักบาตร ก็อาจได้รับอนุญาตให้สารสนเทศดังกล่าวปรากฏในเรื่องโฆษณาทางโทรทัศน์ได้ แต่ทั้งนี้ต้องไม่มีภาพสินค้า ปรากฏในฉากนั้น ๆ

จะเห็นได้ว่า ในโฆษณาทางโทรทัศน์นั้น จะมีการบริการสารสนเทศในลักษณะต่าง ๆ ซึ่งการบริการสารสนเทศเหล่านั้นได้รับการส่งผ่าน หรือการให้บริการสารสนเทศเหล่านั้นไปยังผู้บริโภคจะขึ้นไปในลักษณะของการนำเสนอเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ โดยที่โฆษณาต่าง ๆ อยู่ในฐานะของผู้อุปถัมภ์รายการ (sponsor) ซึ่งในประเด็นนี้ผู้วิจัยจะได้กล่าวถึงในบทต่อไป