

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สื่อโฆษณาในปัจจุบันมีหลายหลากช่องทางในการเผยแพร่เป็นอย่างมาก จึงทำให้มนุษย์สามารถเข้าถึงโฆษณาได้ง่ายขึ้นและโฆษณายังเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการมากขึ้น ทำให้ช่องทางเผยแพร่สื่อโฆษณามีการขยายตัวมากขึ้นเรื่อยๆ เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคของแต่ละพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นโฆษณาผ่านทาง สื่อสิ่งพิมพ์, โทรทัศน์, ออนไลน์ หรือแม้กระทั่งสื่อโฆษณานอกบ้านที่เป็นสื่อเคลื่อนที่ เช่น รถประจำทาง , รถไฟฟ้า BTS ก็เป็นช่องทางในการนำเสนอโฆษณาได้เป็นอย่างดี

สื่อออกบ้าน เป็นสื่อที่กลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภคพบเห็นได้ทั่วไป เมื่อเดินทางออกจากบ้านและสัญจรไปมาในสถานที่ต่าง ๆ สื่อโฆษณานอกบ้านสามารถทำได้หลายรูปแบบ เช่น นำไปติดไว้กลางแจ้ง สิ่งก่อสร้าง บนรถไฟ รถเมล์ สนามบิน และติดอยู่กับเรือ สื่อโฆษณาเหล่านี้ จะทำหน้าที่เป็นสื่อประกอบ หรือสื่อเสริมสำคัญของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นสื่อหลักของสื่อออกบ้าน ซึ่งสามารถแยกออกเป็น 3 รูปแบบ ประกอบด้วย สื่อโฆษณากลางแจ้ง สื่อโฆษณาเคลื่อนที่ สื่อโฆษณาร้านค้า

รถไฟฟ้า BTS จึงเป็นช่องทางนำเสนอหรือเผยแพร่สื่อโฆษณาช่องทางหนึ่งที่มาในรูปแบบสื่อโฆษณาภาพนิ่งและมัลติมีเดียทั้งในขบวนและด้านนอกขบวนรถไฟฟ้า รวมถึงบนสถานีถือเป็นสื่อโฆษณาที่ได้รับการยอมรับ และได้รับความนิยมมากที่สุดสื่อหนึ่งในสื่อโฆษณานอกบ้าน ที่สามารถเข้าถึงผู้โดยสารรถไฟฟ้าบีทีเอสที่มีมากกว่า 1 ล้าน 2 แสน คนต่อวัน และ ผู้โดยสารแต่ละคนใช้เวลาเฉลี่ยต่อการโดยสาร 1 ครั้งมากถึง 25-30 นาทีในรถ และ บนสถานีรถไฟฟ้า จึงทำให้โฆษณาที่ติดตั้งตามตำแหน่งของรถไฟฟ้าและบนสถานีสามารถพบเห็นได้ง่าย ตามจุดต่างๆของสถานีรถไฟฟ้าที่มีถึง 30 สถานี และ ขบวนรถไฟฟ้าอีก 52 ขบวน ที่มีสื่อโฆษณาติดตั้ง ด้วยจำนวนจอแอลซีดี , พลาสมาเกือบ 1,000 จอ และป้ายตำแหน่งต่างๆที่มีโฆษณาติดตั้งอยู่ในรถไฟฟ้า สถานีเกอร์ที่ติดรอบขบวนรถไฟฟ้า และป้ายโฆษณาทั้งที่เป็นภาพนิ่งและดิจิทัลบนสถานีรถไฟฟ้า ทำให้ช่องทางการเผยแพร่สื่อโฆษณานี้สามารถเข้าถึงผู้โดยสารได้อย่างทั่วถึงและครอบคลุมเกือบทุกพื้นที่ของบนสถานีและรถไฟฟ้า BTS

ดังนั้นการทำสื่อโฆษณาบนรถไฟฟ้า BTS หรือ บนสถานีBTS นั้น เป็นช่องทางการนำเสนอ หรือเผยแพร่งานโฆษณาอีกช่องทางหนึ่งที่เป็นสื่อกลางระหว่าง เจ้าของสินค้าและผู้บริโภคให้เกิดความเข้าใจในตัวสินค้าหรือบริการนั้นได้อย่างทั่วถึง

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.เพื่อศึกษากระบวนการขายพื้นที่สื่อโฆษณาบนรถไฟฟ้า BTS
- 2.เพื่อศึกษากระบวนการติดตั้งสื่อโฆษณาบนรถไฟฟ้า BTS

1.3 ขอบเขตของโครงการ

เพื่อศึกษากระบวนการขายพื้นที่สื่อโฆษณาและการติดตั้งสื่อโฆษณา บนรถไฟฟ้า BTS โดยใช้โปรแกรม Microsoft PowerPoint ในการทำ Report เพื่อสรุปงานติดตั้งหรืองานต่างๆ โปรแกรม Microsoft Outlook ผสานงานกับ Supplier เพื่อส่งไฟล์ AW และสรุป วัน เวลา ติดตั้งสื่อโฆษณาบนรถไฟฟ้า BTS และใช้ติดต่อประสานงานกับฝ่ายต่างๆ ในช่วงระยะเวลาการฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษา ตั้งแต่วันที่ 16 พฤษภาคม 2560 ถึง วันที่ 18 สิงหาคม 2560

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้รู้ถึงขั้นตอนของกระบวนการขายพื้นที่สื่อโฆษณาของรถไฟฟ้า BTS
2. ได้รู้ถึงขั้นตอนของกระบวนการติดตั้งสื่อโฆษณาของรถไฟฟ้า BTS
3. ได้รู้ถึงวิธีประสานงานของการทำงานจริงของบริษัทสื่อโฆษณา
4. สามารถใช้โปรแกรม Microsoft PowerPoint 2010 , Microsoft Outlook ได้อย่างดี