

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กรรมนิการ์ อิศวทรเดชา. สื่อและเครื่องมือการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- คอตเลอร์, ฟิลิป. หลักการตลาดฉบับมาตรฐาน. แปลโดย วารุณี ตันติวงศ์วานิชและคนอื่นๆ. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า, 2546.
- จรรยาพร ปรีกษ์ประลัย. ลวดทองช้าง. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์กรุงเทพ, 2549.
- จรรยาพร ปรีกษ์ประลัย. สวัสดิ์แอนิเมชั่น. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์กรุงเทพ, 2548.
- จุฑาภา ยศสุนทรากุล. กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดภาพยนตร์อเมริกันของบริษัทผู้จัดจำหน่ายภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- ชัยวัฒน์ ทวีวงศ์แสงทอง และ สุมณ อยู่สิน. เอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารงานภาพยนตร์ หน่วยที่ 5. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2532.
- ณัฐริกา บุญวิภาส. การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดในบริษัทตัวแทนโฆษณาและบริษัทการประชาสัมพันธ์ในปี 2002. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- ทรงพล วงษ์คนดี. พัฒนาการของกระแสนิยมภาพยนตร์เรื่องบางระจันและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดกระแสนิยมในสังคม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- พนิดา สมภพเวชกุล. บทบาทของภาพยนตร์ตัวอย่างในการนำเสนอเพื่อโน้มน้าวใจ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- พรทิพย์ พิมลสินธุ์. ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: ประกายพริก, 2540.
- พรทิพย์ พิมลสินธุ์. เอกสารการสอนชุดวิชาการประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 9. พิมพ์ครั้งที่ 1. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2548.
- ไพศาล สุริยวงศ์ไพศาล. การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด. มาเกิดตั้งวีว 4 (2533): 46
- ภุริ หิรัญพฤกษ์. คุณลักษณะสำคัญในการ์ตูนโทรทัศน์ชุดสุดสัปดาห์ที่ผู้ชมกลุ่มเด็กชื่นชอบ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย, 2548.

เมทินี สิงห์เวชสกุล. การพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยสู่ตลาดโลก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

รักसानต์ วิวัฒน์สินอุดม. รายงานผลการวิจัยเรื่องทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

รัตนาวดี ศิริทองถาวร. การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

รัตนาวดี ศิริทองถาวร. การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

ลักษณา สตะเวทิน. หลักการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: เพ็ญฟ้าพรันต์, 2540.

ลัดดา ไศภนรัตน์. อิทธิพลของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

วรรณิ ลีลาเวชบุตร และ บุษบา สุธีธร. เอกสารการสอนชุดวิชา กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 12. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2548.

วัฒนา คงวิทยาถาวร. บทบาทของนิตยสารภาพยนตร์ที่มีต่อพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.

วิเชียร เกตุสิงห์. คู่มือการวิจัย การวิจัยเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช, 2541.

วิรัช ลภีรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

สิรฎา เกตุเอี่ยม. ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

เสรี วงษ์มณฑา. การประชาสัมพันธ์: ทฤษฎีและปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและโซเท็กซ์, 2542.

ภาษาอังกฤษ

Assael, H. Consumer behavior: a strategic approach. 1st ed. Boston: Houghton Mifflin company, 2004.

Belch, G. E., and Belch, M. A. Advertising and Promotion: An integrated marketing

- communication perspective. 7th ed. NY: McGraw-Hill, 2007.
- Duncan, T. IMC: Using advertising & promotion to build brands. New York: McGraw-Hill, 2005.
- Harris, T. L. Value-added public relations: The secret weapon of integrated marketing. Lincolnwood, Ill.: NTC Business Books, 1998.
- Kotler, P., and Armstrong, G. Principles of marketing. 10th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 2004.
- Pickton, D., and Broderick, A. Integrated marketing communications. 2nd ed. Harlow: Ashford Colour Press, 2005.
- Ries, A., and Ries, L. The 22 immutable laws of branding: how to build a product or service into a world-class brand. NY: Harper Business, 1998.
- Shiffman, L., and Kanuk, L. Consumer behavior. 7th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 2000.
- Shimp, T. A. Advertising, promotion, and supplemental aspects of integrated marketing communications. 6th ed. Forth Worth: Dryden Press, 2003.
- Shimp, T. A. Promotion management and marketing communications. 3rd ed. Forth Worth: Dryden Press, 1993.
- Smith, R. D. Strategic planning for public relations. 2nd ed. New Jersey: Lawrence Erlbaum associates, 2005.
- Solomon, M.R. Consumer behavior: buying, having and being. 7th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 2007.
- Wilcox, D. L., and Cameron, G. T. Public Relations: strategies and tactics. 9th ed. Boston: Pearson Education, 2007.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก



แบบสอบถาม

แบบสอบถามเรื่อง กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดของภาพยนตร์แอนิเมชันไทย เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ โดยนิสิตปริญญาโท สาขาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ขอขอบคุณในความร่วมมือตอบแบบสอบถามนี้

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย / ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

- | | | | |
|---|---|---|---|
| 1. เพศ | <input type="checkbox"/> 1. ชาย | <input type="checkbox"/> 2. หญิง | |
| 2. อายุ | <input type="checkbox"/> 1. 10-19 ปี | <input type="checkbox"/> 2. 20 - 29 ปี | <input type="checkbox"/> 3. 30 ปีขึ้นไป |
| 3. อาชีพ | <input type="checkbox"/> 1. นักเรียน - นักศึกษา | <input type="checkbox"/> 2. รับราชการ | <input type="checkbox"/> 3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| | <input type="checkbox"/> 4. พนักงานบริษัทเอกชน | <input type="checkbox"/> 5. ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย | <input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ โปรดระบุ..... |
| 4. รายได้ต่อเดือน | | | |
| 1. <input type="checkbox"/> ไม่มีรายได้ | 2. <input type="checkbox"/> ไม่เกิน 5000 บาท | 3. <input type="checkbox"/> 5000 - 15,000 บาท | |
| 4. <input type="checkbox"/> 15,001 - 25,000 บาท | 5. <input type="checkbox"/> 25,001 - 35,000 บาท | 6. <input type="checkbox"/> 35,001 ขึ้นไป | |
| 5. การศึกษา | | | |
| <input type="checkbox"/> 1. ประถมศึกษา | <input type="checkbox"/> 2. มัธยมศึกษาตอนต้น | <input type="checkbox"/> 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช | |
| <input type="checkbox"/> 4. อนุปริญญา, ปวส. | <input type="checkbox"/> 5.ปริญญาตรี | <input type="checkbox"/> 6. ปริญญาโทหรือสูงกว่า | |

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจชมภาพยนตร์แอนิเมชันของผู้บริโภค

คำถามที่ 1 ท่านเคยชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทย เรื่องใดต่อไปนี้

- ก้านกล้วย (ในโรงภาพยนตร์ หรือ DVD/VCD) บั้งปอนด์ ดิ แอนิเมชัน (ในโรงภาพยนตร์เท่านั้น)



คำถามที่ 2 ท่านรับรู้ว่ามีภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่องดังกล่าวเข้าฉายจากสื่อใด

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) โปรดใส่เครื่องหมาย / ในช่องว่าง

1. สื่อโทรทัศน์ เคย ไม่เคย หากเคยโปรดระบุ
 โฆษณาทางโทรทัศน์ จากหลังผู้ประกาศทางโทรทัศน์
 มิวสิกวิดีโอ ตัวอย่างภาพยนตร์ทางรายการโทรทัศน์
 สกู๊ปพิเศษเกี่ยวกับเบื้องหลังการถ่ายทำทางโทรทัศน์ อื่นๆ โปรดระบุ.....
 ดาราที่ให้เสียงพากย์และผู้กำกับ ให้สัมภาษณ์ในรายการวาไรตี้ ทอล์กโชว์ จำไม่ได้
 ข่าวสัมภาษณ์ผู้บริหาร ผู้กำกับและดาราในรายการข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์
2. สื่อวิทยุ เคย ไม่เคย หากเคยโปรดระบุ
 โฆษณาทางวิทยุ เพลงประกอบภาพยนตร์ทางวิทยุ
 อื่นๆ โปรดระบุ..... จำไม่ได้
3. สื่อสิ่งพิมพ์ เคย ไม่เคย หากเคยโปรดระบุ
 นิตยสารภาพยนตร์ นิตยสารอื่นๆ นอกจากนิตยสารภาพยนตร์
 หนังสือพิมพ์ หนังสือ หรือหนังสือการ์ตูนของแอนิเมชันเรื่องนั้นๆ
 แผ่นสะสม แชนด์บิล (Handbill) อื่นๆ โปรดระบุ.....
 จำไม่ได้
4. สื่อกลางแจ้ง เคย ไม่เคย หากเคยโปรดระบุ
 ป้ายโฆษณาข้างทาง (MUPI) ป้ายโฆษณาบนยานสาธารณะไฟฟ้า บีทีเอส
 ตัวอย่างหนังฉายบนยานสาธารณะไฟฟ้า บีทีเอส ภาพยนตร์ตัวอย่างในวิดีโอวอลล์ ที่ห้างสรรพสินค้า
 ป้ายโฆษณากลางแจ้งขนาดใหญ่ อื่นๆ โปรดระบุ.....
 จำไม่ได้
5. สื่ออินเทอร์เน็ต เคย ไม่เคย หากเคยโปรดระบุ
 เว็บไซต์ของภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ เว็บไซต์อื่นๆ เช่น เว็บไซต์พันทิพย์ จำไม่ได้
6. สื่อในโรงภาพยนตร์ เคย ไม่เคย หากเคยโปรดระบุ
 ภาพยนตร์ตัวอย่างในโรงภาพยนตร์ วิดีโอวอลล์ที่โรงภาพยนตร์ (Video Wall)
 โปสเตอร์/ ใบปิดที่หน้าโรงหนัง (Poster) ป้ายผ้าโฆษณาบริเวณหน้าโรงภาพยนตร์ (Banner)
 ป้ายโฆษณาแบบตั้งฐาน (Standee/ TV Standee) ภาพจากภาพยนตร์บนเซทแก้วน้ำและถุงข้าวโพด
 เพลงประกอบภาพยนตร์ (Music Video) อื่นๆ โปรดระบุ..... จำไม่ได้
7. กิจกรรม เคย ไม่เคย หากเคยโปรดระบุ
 การจัดกิจกรรม ณ ห้างสรรพสินค้า โรงเรียน การเปิดให้ชมภาพยนตร์รอบพิเศษ
 การออกนุช จัดนิทรรศการต่างๆ เช่น งาน TAM, เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติกรุงเทพฯ
 อื่นๆ โปรดระบุ..... จำไม่ได้

8. สื่ออื่นๆ [] เคย [] ไม่เคย หากเคยโปรดระบุ
- [] ของที่ระลึกจากภาพยนตร์ [] ภาพหลังบัตรรถไฟฟ้า บีทีเอส
- [] สื่อบนมือถือ [] ภาพบนบัตรเครดิต
- [] รถโมบาย [] อื่นๆ โปรดระบุ.....

9. สื่อบุคคล [] เคย [] ไม่เคย หากเคยโปรดระบุ
- [] พ่อแม่ญาติพี่น้องคนในครอบครัว [] เพื่อน/แฟน
- [] ดารา นักวิจารณ์ ดีเจ บุคคลที่มีชื่อเสียง [] พนักงานขายตัว
- [] อื่นๆ โปรดระบุ..... [] จำไม่ได้

[] 10. จำไม่ได้เลย

คำถามที่ 3 ในการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทย การตัดสินใจของท่านเป็นไปในลักษณะใด (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)

- [] ตัดสินใจเอง
- [] ตัดสินใจโดยได้รับอิทธิพลจากคนอื่นบางส่วน โปรดระบุว่าเป็นใคร.....
- [] เป็นการตัดสินใจโดยผู้อื่นล้วนๆ (ตนเองไม่ได้รู้สึกอยากดู) โปรดระบุว่าเป็นใคร.....
- [] อื่นๆ โปรดระบุ.....

คำถามที่ 4 เหตุผลใดทำให้ท่านต้องการดูภาพยนตร์แอนิเมชันไทย

	องค์ประกอบของภาพยนตร์แอนิเมชัน	ไม่มีผล 0	น้อย ที่สุด 1	ค่อนข้าง น้อย 2	ปาน กลาง 3	ค่อนข้าง มาก 4	มาก ที่สุด 5
1.	ชื่อเสียงของบริษัทผู้ผลิต						
2.	ชื่อเสียงของผู้กำกับภาพยนตร์						
3.	ประเภทของภาพยนตร์ (ชอบดูภาพยนตร์การ์ตูนอยู่แล้ว)						
4.	ความน่าสนใจของชื่อเรื่อง (Title)						
5.	ความน่าสนใจของเรื่องราว						
6.	ความคุ้นเคยของเรื่องราวที่มาจากนิทาน หนังสือการ์ตูน						
7.	ความแปลกใหม่ของภาพยนตร์ (ไม่เคยมีมาก่อน)						
8.	ความน่าสนใจของตัวการ์ตูน (น่ารัก ตลก แปลกใหม่)						
9.	การใช้เทคนิคการผลิตแอนิเมชันขั้นสูง						
10.	ความอลังการของฉาก งานออกแบบ						
11.	งบประมาณในการผลิต						
12.	เพลงประกอบภาพยนตร์						
13.	การได้รับรางวัลจากสถาบันต่างๆ						

	องค์ประกอบของภาพยนตร์แอนิเมชัน	ไม่มีผล 0	น้อย ที่สุด 1	ค่อนข้าง น้อย 2	ปาน กลาง 3	ค่อนข้าง มาก 4	มาก ที่สุด 5
12.	เพลงประกอบภาพยนตร์						
13.	การได้รับรางวัลจากสถาบันต่างๆ						
14.	การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ						
15.	บทวิจารณ์ภาพยนตร์						
16.	ของที่ระลึก สินค้าลิขสิทธิ์ ของสะสมจากภาพยนตร์						
17.	การจัดกิจกรรมของภาพยนตร์ เช่น การแสดงและเกม						
18.	การตามกระแสนิยม เป็นเรื่องที่คนนิยมไปดู จึงอยากไปดู						
19.	มีเวลาว่าง						
20.	เพื่อความบันเทิง สนุกสนาน คลายเครียด						
21.	เป็นการทำกิจกรรมร่วมกับครอบครัว/ เพื่อน/ คนรัก						
22.	เป็นความต้องการของ เพื่อน/ แฟน/ หรือ คนในครอบครัว						
23.	ต้องการความรู้ใหม่ๆ						
24.	ต้องการสนับสนุนภาพยนตร์แอนิเมชันฝีมือคนไทย						
25.	อื่นๆ โปรดระบุ.....						

คำถามที่ 5 สื่อต่อไปนี้มีผลต่อการตัดสินใจชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยของท่านมากน้อยเพียงใด

	สื่อต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชม ภาพยนตร์แอนิเมชันไทย	ไม่สนใจ 0	น้อย ที่สุด 1	ค่อนข้าง น้อย 2	ปาน กลาง 3	ค่อนข้าง มาก 4	มาก ที่สุด 5
	สื่อโทรทัศน์						
1.	โฆษณาทางโทรทัศน์						
2.	มิวสิกวิดีโอ						
3.	ตัวอย่างภาพยนตร์ทางรายการโทรทัศน์						
4.	สรุปพิเศษเกี่ยวกับเบื้องหลังการทำทางโทรทัศน์						
5.	ดาราที่ให้เสียงพากย์และผู้กำกับ ให้สัมภาษณ์ในรายการวาไรตี้ ทอล์กโชว์ เช่น สมาคมชมดาว ตีสิบ จมูกมด ผู้หญิงถึงผู้หญิง						
6.	ข่าวสัมภาษณ์ผู้บริหาร ผู้กำกับและดาราในรายการข่าวบันเทิง						
7.	อื่นๆ โปรดระบุ						
	สื่อวิทยุ						
8.	โฆษณาทางวิทยุ						
9.	เพลงประกอบภาพยนตร์ทางวิทยุ						
10.	อื่นๆ โปรดระบุ						

	สื่อต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชม ภาพยนตร์แอนิเมชันไทย	ไม่สนใจ 0	น้อย ที่สุด 1	ค่อนข้าง น้อย 2	ปาน กลาง 3	ค่อนข้าง มาก 4	มาก ที่สุด 5
	สื่อสิ่งพิมพ์						
11.	ข่าวในหนังสือพิมพ์						
12.	โฆษณาในหนังสือพิมพ์						
13.	นิตยสารภาพยนตร์						
14.	นิตยสารอื่นๆนอกจากนิตยสารภาพยนตร์						
15.	หนังสือ หรือหนังสือการ์ตูนของภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่องนั้นๆ						
16.	แผ่นสะสม แสตนด์บิล (Handbill)						
17.	อื่นๆ โปรดระบุ						
	สื่อกลางแจ้ง						
18.	ป้ายโฆษณาข้างทาง (MUPI)						
19.	ป้ายโฆษณาบนยานสาธารณะไฟฟ้า บีทีเอส						
20.	ตัวอย่างหนังฉายบนยานสาธารณะไฟฟ้า บีทีเอส						
21.	ภาพยนตร์ตัวอย่างในวิดีโอวอลล์ ที่ห้างสรรพสินค้า						
22.	ป้ายโฆษณากลางแจ้งขนาดใหญ่ (Billboard)						
23.	อื่นๆ โปรดระบุ						
	สื่ออินเทอร์เน็ต						
24.	เว็บไซต์ของภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ						
25.	เว็บไซต์อื่นๆ เช่น เว็บไซต์พันธมิตร						
	สื่อในโรงภาพยนตร์						
26.	ภาพยนตร์ตัวอย่างในโรงภาพยนตร์ (Trailer)						
27.	วิดีโอวอลล์ที่โรงภาพยนตร์ (Video Wall)						
28.	โปสเตอร์/ ใบปิดที่หน้าโรงหนัง (Poster)						
29.	ป้ายผ้าโฆษณาบริเวณหน้าโรงภาพยนตร์ (Banner)						
30.	ป้ายโฆษณาแบบตั้งฐาน (Standee/ TV Standee)						
31.	ภาพจากภาพยนตร์บนเซทแก้วน้ำและถุงข้าวโพด						
32.	เพลงประกอบภาพยนตร์ (Music Video)						
33.	อื่นๆ โปรดระบุ						
	กิจกรรมพิเศษ						
34.	การจัดกิจกรรม ณ ห้างสรรพสินค้า โรงเรียน						
35.	การเปิดให้ชมภาพยนตร์รอบพิเศษ						
36.	การออกบูธ จัดนิทรรศการต่างๆ เช่น งาน TAM, เทศกาล ภาพยนตร์นานาชาติกรุงเทพฯ						
37.	อื่นๆ โปรดระบุ						

	สื่อต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชม ภาพยนตร์แอนิเมชันไทย	ไม่สนใจ 0	น้อย ที่สุด 1	ค่อนข้าง น้อย 2	ปาน กลาง 3	ค่อนข้าง มาก 4	มาก ที่สุด 5
	สื่ออื่นๆ						
38.	การจำหน่ายของที่ระลึกจากภาพยนตร์						
39.	ภาพหลังบัตรรถไฟฟ้าบีทีเอส						
40.	สื่อบนมือถือ						
41.	ภาพบนบัตรเครดิตของธนาคาร						
42.	รถโมบาย						
43.	อื่นๆ โปรดระบุ.....						
	สื่อบุคคล						
44.	คำแนะนำจากพ่อแม่ ญาติพี่น้อง คนในครอบครัว						
45.	คำแนะนำจากเพื่อน/ แฟน						
46.	คำแนะนำจากดารา นักวิจารณ์ ดีเจ บุคคลที่มีชื่อเสียง						
47.	พนักงานขายตัว						
48.	อื่นๆ โปรดระบุ.....						

คำถามที่ 6 กรุณาเรียงลำดับสื่อที่ดึงดูดใจให้ชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด
เพียง 3 อันดับ โดย 1 คือ มากที่สุด

- | | |
|---|--|
| [] 1. โทรทัศน์ | [] 2. หนังสือพิมพ์ |
| [] 3. นิตยสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ | [] 4. นิตยสารอื่นๆที่ไม่เกี่ยวกับภาพยนตร์ |
| [] 5. เว็บไซต์ของภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ | [] 6. เว็บไซต์ทั่วไป เช่น พันธุ์ทิพย์, สนุก, กระจุก |
| [] 7. วิทยู | [] 8. สื่อกลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณา (Billboard) |
| [] 9. สื่อ ณ โรงภาพยนตร์ เช่น โปสเตอร์ | [] 10. ภาพยนตร์ตัวอย่างที่ฉายในโรงภาพยนตร์ |
| [] 11. กิจกรรมพิเศษ การแสดงและเล่นเกม ณ ห้างสรรพสินค้า, โรงเรียน | |
| [] 12. อื่นๆ โปรดระบุ..... | |



ขอขอบคุณเป็นอย่างสูง
ในการตอบแบบสอบถามนี้



ภาคผนวก ข

	ก.พ.			มี.ค.			เม.ย.			พ.ค.		
ป้ายโฆษณาแบบตั้งฐาน (standee)												
ป้ายโฆษณาแบบตั้งฐาน ขนาดเล็ก												
TV Standee												
Special signage (ป้ายใกล้โรงหนัง)												
Special Decoration/ Display												
Costume (สำหรับคนขายตั๋ว)												
Combo set												
Handbill/ Bookmarks/ Timetable												
เพลงประกอบภาพยนตร์												
MV (ช่อง 7/UBC/ โรงภาพยนตร์)												
กิจกรรม												
กิจกรรมตามห้าง ทุกเสาร์ - อาทิตย์								X	X	X	X	X
เสด็จรอบปฐมทัศน์									X	X		
Workshop สมาชิก UBC										X		
Press Preview											X	

สื่ออื่นๆ ภาพหลังบัตรรถไฟฟ้า BTS จำนวนประมาณ 550,000 ใบ

- Mascot ไปร่วมงานกิจกรรมต่างๆของสปอนเซอร์ เป็นจำนวนมาก
- ป้ายโฆษณากลางแจ้งขนาดใหญ่ จาก Arrow 2 ป้าย (พระราม 9 และสารธร)
- สื่อบนมือถือ จาก AIS



ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวอัญญลักษณ์ บัวศรี สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีอักษรศาสตรบัณฑิต ภาควิชาภาษาอังกฤษ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2544 และได้เข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโทอักษรศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปีการศึกษา 2548