

การวิเคราะห์การรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณา
ทางโทรทัศน์

ศิริัญญา กิตติวุฒิกกร

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
มีนาคม 2553

การวิเคราะห์การรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณา

ทางโทรทัศน์

ศิริัญญา กิตติวุฒิกกร

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง

ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

มีนาคม 2553

การวิเคราะห์การรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณา
ทางโทรทัศน์

ศิริญา กิตติวุฒิก

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาสื่อสารศิลปะและการออกแบบสื่อ

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ



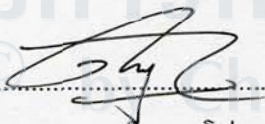
ประธานกรรมการ

อ.ดร.จิตรลดา บุรพรัตน์



กรรมการ

รศ.ธีรภัทร วรรณมุล



กรรมการ

ผศ.อัยกา โปราณนท์

2 มีนาคม 2553

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ เนื่องจากได้รับความกรุณาจาก อ.ดร.จิตลดา บุรพรัตน์ ประธานกรรมการที่ปรึกษาค้นคว้าแบบอิสระ ผู้ซึ่งกรุณาให้ความรู้ คำแนะนำ คำปรึกษา และตรวจแก้ไขงานการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้เขียนขอกราบ ขอบพระคุณ เป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณรศ.ธีรภัทร วรรณกุลและผศ.อัษฎา โปราณานนท์ ที่กรุณาเป็น คณะกรรมการในการสอบครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ทัศนัย เศรษฐสุริ ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์ซึ่งเป็นแนวทาง สำคัญอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าเป็นอย่างดี ขอขอบคุณคณาจารย์สาขาวิชาศิลปะและ การออกแบบสื่อทุกท่านที่ได้มอบความรู้อันมีค่า ตลอดช่วงเวลาที่ทำการศึกษาและขอบคุณ เจ้าหน้าที่สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบสื่อที่ช่วยอำนวยความสะดวกและประสานงานให้กับ ทุกๆ ฝ่าย

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่และสมาชิกในครอบครัวกิตติวุฒิกกร ที่ให้คำปรึกษา ให้ความ ช่วยเหลือสนับสนุนด้านการศึกษา ทั้งให้ความอนุเคราะห์กำลังทรัพย์ รวมถึงส่งแรงใจมาให้ตลอด การทำวิจัย

ขอบคุณเพื่อนๆ มีเดียอาร์ตรุ่นบุญมีอุ้มชู (MAD 48) ทุกคน เพื่อนๆ เล็บเอช โนกราฟีที่คอย กระตุ้น ช่วยลุ้นและเป็นกำลังใจ ทั้งอยู่ร่วมกันมาทุกสถานการณ์ ให้การค้นคว้าแบบอิสระนี้ประสบ ความสำเร็จ

ท้ายที่สุดนี้ขอบคุณเว็บไซต์בלายרไทยแลนด์ โอเลิฟ นาอึฟ โซเฟีย ที่เป็นแรงบันดาลใจใน การริเริ่มการค้นคว้าแบบอิสระนี้ หากมีสิ่งใดขาดตกบกพร่องหรือผิดพลาดประการใดผู้เขียน ขออภัยเป็นอย่างสูงในข้อบกพร่องและความผิดพลาดนั้นและผู้เขียนหวังว่าการค้นคว้าแบบอิสระนี้ คงมีประโยชน์บ้างไม่มากนักน้อยสำหรับผู้ที่มีความสนใจศึกษาสื่อโฆษณาต่อไป

ศิริกัญญา กิตติวุฒิกกร