

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

ขวัญเรือน กิตติวัฒน์. พลศาสตร์ของการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัย
ธรรมาธิราช, 2531.

ชวรัตน์ เชิดชัย. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน. พระนคร : บพิธการพิมพ์, 2527.

ชวาล แพร่รัตกุล. เทคนิคการวัดผล. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชย์, 2526.

ณัฐพร พานิช. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้อง : กรณีศึกษา
นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต ภาค
วิชา การประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

นิยะดา ชุนหวงศ์ และนินนาท โอฟ้ารวรรณ. พฤติกรรมศาสตร์ทางธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร :
บางกอกการพิมพ์, 2520.

ประจวบ อินอ้อด. พฤติกรรมศาสตร์ในเอกสารประกอบคำบรรยายโครงการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ
ทางสื่อสารมวลชน เรื่องการสำรวจทัศนคติเพื่อประสิทธิภาพในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร, 2528.

พีระ จิรโสภณ. หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช,
2532.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2534.

ศิริณี อนุศิลป์ชาญ. การใช้สื่อและการรับรู้สาระประโยชน์ของข่าวสาร ภายหลังจากการรู้หนังสือของผู้
รุ่นใหม่. 2530.

ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ. ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, (ม.ป.ป.), 2531.

สุชา จันทรโสม. จิตวิทยาวัยรุ่น. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิชย์, 2529.

สุพัตรา สุภาพ. วัยรุ่นกับสังคม. วารสารม.ศ.ว. ปทุมวัน 2 (2525).

สุริย์ จันทรโมลี. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคน. ใน วารสารศึกษา, 2526.

สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร. การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

ภาษาอังกฤษ

Atkin, Charles K. Anticipate Communication and Mass Media Information seeking. Public Opinion Quarterly 36, 1973.

Benjamin B. Bloom. Handbook on Formative and Summative Evaluation of Student Learning. New York : McGraw-Hill Book Company, 1971.

Carter V. Good. Dictionary of Education. New York : McGraw-Hill Book Company, 1973.

De Fleur, Theories of Mass Communication. New York : David McKay Co., 1966.

Dominick, J.R. The Dynamics of Mass Communication. New York : McGraw Hill Pub, 1990.

Ginsburg, H., and Oppen, Sylvia. Piaget's Theory of Intellectual Development. 2nd ed. New Jersey : Prentice-Hall, Inc., 1979.

Klapper, Joseph, T. The Effects of Mass Communication. New York : The Free Press, 1960.

McCombs, M.E. and L.E. Beeker, Using Mass Communication Theory. Englewood Cliffs
: NJ. Princtice Hall, 1979.

Rogers E.M. Communication Campaign, 1976.

Schramm W. Channers and Audiences in Handbook of Communication. Chicage :
Roand Mc. Nally College Publishing Company, 1973.



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถาม

เรื่อง อิทธิพลของโฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากลต่อวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร เพื่อใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ สาขาการโฆษณา ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โปรดทำเครื่องหมาย X หน้าข้อความที่ตรงกับคำตอบของท่าน

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

- | | | |
|------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|
| 1. เพศ | 1. ชาย | 2. หญิง |
| 2. อายุ | 1. 15 - 17 ปี | 2. 18 - 21 ปี |
| 3. ระดับการศึกษา | | |
| | 1. ต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนต้น | 3. ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย |
| | 2. ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น | 4. ระดับอุดมศึกษาหรือเทียบเท่า |
| 4. รายได้ส่วนตัวต่อเดือน โดยประมาณ | | |
| | 1. ไม่เกิน 1,000 บาท | 4. 3,001 - 4,000 บาท |
| | 2. 1,000 - 2,000 บาท | 5. มากกว่า 4,000 บาท |
| | 3. 2,001 - 3,000 บาท | |

ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสาร

5. ท่านเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับศิลปินและผลงานเพลงไทยสากลจากสื่อใดมากที่สุด
- | | |
|------------------|----------------------|
| () วิทยุ | () สถานีบันเทิง |
| () โทรทัศน์ | () ปกเทปเพลงไทยสากล |
| () นิตยสาร | |
| () หนังสือพิมพ์ | |

โปรดขีด / ในช่องว่างที่ตรงกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยสากลของท่าน

ข้อความ	เป็นประจำ	บ่อยครั้ง	บางครั้ง	นาน ๆ ครั้ง	ไม่เคยเลย
6. ท่านรับชมรายการเพลงทางโทรทัศน์					
7. ท่านเห็นโฆษณาเทปเพลงไทยสากลทางโทรทัศน์					
8. ท่านรับฟังเพลงไทยสากลทางวิทยุ					
9. ท่านได้ยินโฆษณาเทปเพลงไทยสากลทางวิทยุ					
10. ท่านเปิดรับข่าวบันเทิงทางหนังสือพิมพ์					
11. ท่านอ่าน / เห็นโฆษณาเทปเพลงไทยสากลที่โฆษณาในหนังสือพิมพ์					

12. โดยปกติท่านซื้อเทปเพลงไทยสากลเดือนละกี่ครั้ง

- | | |
|--------------------|---------------------------|
| 1. เดือนละ 1 ครั้ง | 4. เดือนละ 4 ครั้ง |
| 2. เดือนละ 2 ครั้ง | 5. มากกว่าเดือนละ 4 ครั้ง |
| 3. เดือนละ 3 ครั้ง | |

13. ท่านซื้อเทปเพลงไทยสากลครั้งละจำนวนกี่ม้วน
- | | |
|-------------------|--------------------------|
| 1. ครั้งละ 1 ม้วน | 4. ครั้งละ 4 ม้วน |
| 2. ครั้งละ 2 ม้วน | 5. มากกว่าครั้งละ 4 ม้วน |
| 3. ครั้งละ 3 ม้วน | |
14. ความบ่อยครั้งในการเปิดรับฟังเพลงไทยสากลจากเทป
- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| 1. ไม่เคยฟังเลย | 4. 4 – 6 ครั้ง / สัปดาห์ |
| 2. นาน ๆ ครั้ง | 5. ทุกวัน |
| 3. 1 – 3 ครั้ง / สัปดาห์ | |
15. การใช้เวลาโดยเฉลี่ยในการเปิดรับฟังเพลงไทยสากลจากเทปต่อวัน
- | | |
|-------------------------------------|------------------------|
| 1. น้อยกว่า 15 นาทีหรือไม่เคยฟังเลย | 4. 46 นาที – 1 ชั่วโมง |
| 2. 15 นาที – 30 นาที | 5. มากกว่า 1 ชั่วโมง |
| 3. 31 นาที – 45 นาที | |
16. ท่านสังเกตเห็นรายละเอียดอะไรบนปกเทปเพลงไทยสากลบ้าง (โปรดระบุ)

-
17. ในการฟังเพลงไทยสากลจากเทปแต่ละครั้งท่านดูรายละเอียดบนปกเทปนั้นบ่อยครั้งเพียงใด
- | | |
|---------------------------------|---|
| 1. ไม่เคยดูเลย | 4. บ่อยครั้ง (ดูบ่อยครั้งแต่ไม่เป็นประจำ) |
| 2. นาน ๆ ครั้ง (ดูน้อยครั้งมาก) | 5. เป็นประจำ (ทุกครั้งที่ฟัง) |
| 3. บางครั้ง | |
18. ในแต่ละครั้งท่านดูรายละเอียดบนปกเทปเพลงไทยสากลนานเพียงใด
- | | |
|---------------------|-------------------------|
| 1. ไม่เคยดูเลย | 4. ดูหน้าปกและเนื้อเพลง |
| 2. ดูเฉพาะหน้าปก | 5. ดูทุกหน้า |
| 3. ดูเฉพาะเนื้อเพลง | |
19. ท่านสังเกตเห็นสินค้าที่โฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากลหรือไม่
- | | |
|------------|-------------|
| 1. เห็น | 3. ไม่แน่ใจ |
| 2. ไม่เห็น | |

ตอนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่โฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากล





โปรดโยงเส้นจับคู่ระหว่างสินค้าที่โฆษณาบนปกเทปเพลงของศิลปินในอัลบั้มต่าง ๆ ที่ท่านทราบ

- | สินค้า | ศิลปิน / อัลบั้ม |
|--------------------------|---|
| 20. TEA TREE FACIAL FOAM | ● JR – VOY / VIRUS ราชชาย |
| 21. SPA (สปา) | ● โบ – สุนิตา สติกุล / SUPER BEAU |
| 22. สกานด์ | ● เจตริน วรรณะสิน / J : DAY |
| 23. เบง เบง | ● โท – ธนาภูมิ / โท – ธนาภูมิ (ประเทือง) |
| 24. K.A. MILKLY LOTION | ● เจมส์ – เรืองศักดิ์ / JAMES FM.
● รวมศิลปิน / YES! 4 |

โปรดโยงเส้นจับคู่ระหว่างชื่อของสินค้ากับสโลแกนของสินค้านั้นที่ท่านทราบ

สินค้า	สโลแกน
25. TEA TREE FACIAL FOAM	● 4 ความอร่อย แบบเหนือชั้น
26. SPA (สปา)	● มิติใหม่ของโลชั่นเสริมสร้างในส่วนที่คุณต้องการ
27. สกาแคร์	● เพื่อผิวสะอาดใส ไร้สิว และริ้วรอยอย่างมีอนามัย
28. เบง เบง	● เบื่องหลังเทคโนโลยีเพื่อการสื่อสาร
29. K.A. MILKLY LOTION	● ผิวหน้าใสใช้...

โปรดโยงเส้นจับคู่ระหว่างชื่อของสินค้ากับโลโก้ของสินค้านั้นที่ท่านทราบ

สินค้า	โลโก้
30. TEA TREE FACIAL FOAM	
31. SPA (สปา)	
32. สกาแคร์	
33. เบง เบง	
34. K.A. MILKLY LOTION	

ตอนที่ 4 ทักษะคิดต่อสินค้าและโฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากล

- ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการลงโฆษณาสินค้าบนปกเทปเพลงไทยสากลอย่างไร

ความคิดเห็น	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
35. ท่านรู้สึกรำคาญเมื่อเห็นโฆษณาสินค้าบนปกเทปเพลงไทยสากล					
36. ท่านรู้สึกว่าโฆษณาที่เห็นบนปกเทปรกสายตา					
37. ท่านคิดว่าสินค้าที่โฆษณาบนปกเทปดูมีระดับตามศิลปินนั้น ๆ					
38. การเห็นสินค้าที่โฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากลทำให้ท่านรู้จักสินค้านั้นมากขึ้น					
39. การเห็นสินค้าที่โฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากลทำให้ท่านจดจำสินค้านั้นได้มากขึ้น					
40. สินค้าที่โฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากลไม่เหมาะสมกับศิลปินนั้น					

ความคิดเห็น	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
41. สินค้าที่โฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากลทำให้รู้สึก ไม่ติดต่อกิลปิน					
42. การลงโฆษณาสินค้าบนปกเทปเพลงไทยสากลทำให้ รู้สึกว่าสินค้านั้นน่าเชื่อถือ					
43. การเห็นสินค้าที่โฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากลทำ ให้ท่านอยากลองใช้สินค้า					

ตอนที่ 5 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าที่โฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากล

44. ท่านซื้อสินค้าเหล่านี้บ้างหรือไม่

- TEA TREE FACIAL FOAM

1. ซื้อ

2. ไม่ซื้อ

- SPA (สปา)

1. ซื้อ

2. ไม่ซื้อ

- สกาแคร์

1. ซื้อ

2. ไม่ซื้อ

- เบง เบง

1. ซื้อ

2. ไม่ซื้อ

- K.A. MILKY LOTION

1. ซื้อ

2. ไม่ซื้อ

45. ท่านตัดสินใจซื้อสินค้าตามข้อ 44 เพราะ (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|----------------------------------|
| () คุณภาพของสินค้า | () เพื่อนหรือคนรอบข้างบอกว่าดี |
| () เห็นโฆษณาสินค้านั้นทางโทรทัศน์ | () เห็นโฆษณาจากปกเทปเพลงไทยสากล |
| () ขอบคิลปินที่สินค้านั้นลงโฆษณาบนปกเทป | () อยากลองของใหม่ ๆ |
| () ขอบพิธีเซนเตอร์ของสินค้านั้น | |

46. หลังจากเห็นการลงโฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากลของสินค้านี้แล้วทำให้ท่านเปลี่ยนแปลงการซื้อสินค้านี้
อย่างไร

- | | |
|----------------------------|------------------------|
| 1. ไม่ซื้อสินค้านั้นอีกเลย | 3. ซื้อเหมือนเดิม |
| 2. ซื้อน้อยลง | 4. ซื้อมากขึ้นกว่าเดิม |

*****ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถามนี้*****



ภาคผนวก ข

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การโฆษณาประชาสัมพันธ์ร่วมกับปกเทป

คริสตินา อากีร์รา



นักร้อง

ตินา ...คริสตินา อากีร์รา

นักร้องดาวเช็กชี ซุปเปอร์สตาร์ของเมืองไทย ที่ได้รับความนิยม
และได้รับการต้อนรับจากแฟนเพลงอย่างพร้อมหน้าจากทุกๆ อัลบั้มที่ผ่านมา
ด้วยยอดขายที่น่ายู่สูงด้านตลับทุกอัลบั้ม ไม่ว่าจะเป็น

- ◇ นินจา
- ◇ อากูร์ลับ
- ◇ รหัสลับ
- ◇ โกลด์วีนอาย

แนวเพลง

POP

โปรดิวเซอร์

โลฟลี บุลกะบุตร (ดีด)

กลุ่มเป้าหมาย

MASS

กำหนดวางตลาด

เดือนธันวาคม 2541

สิ่งที่ผลิตภัณฑ์ได้รับ

1. ได้รับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ไปกับอัลบั้มที่สนับสนุนในสื่อต่างๆ ดังนี้

1.1 MASS MEDIA

1.1.1 ได้รับการร่วมโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่าน MASS MEDIA

รวมมูลค่าขึ้นด้า 3,000,000.00 บาท

ทางสื่อโทรทัศน์, วิทยุ และหนังสือพิมพ์ดังนี้

▶▶▶ สปอตโทรทัศน์

▶▶▶ สปอตวิทยุ

▶▶▶ หนังสือพิมพ์

รวมมูลค่าทั้งสิ้น

(สื่อที่ใช้อาจมีการเปลี่ยนแปลงในมูลค่าที่เท่ากัน)

1.1.2 ได้รับโลโกผลิตภัณฑ์ทำยมิวสิควีดีโอ

1.2 DIRECT MEDIA

ได้รับการร่วมโฆษณาประชาสัมพันธ์ไปกับปกเทปวีซีดีสนับสนุน

จำนวนการผลิตขั้นต่ำกว่า 500,000 ตลับ ผ่านสายตาสู่ผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายโดยตรง

โดยผลิตภัณฑ์จะได้รับโลโกบนปกเทปในตำแหน่งดังนี้

☞ โลโกบนปกเทปด้านหน้า 4 สี

☞ แพ็คชอตภาพผลิตภัณฑ์บนปกเทปด้านในแผ่นหับ 4 สี

☞ โลโกพร้อมสโลแกนบนปกเทปด้านเนื้อเพลง 4 สี ขนาด

การโฆษณาประชาสัมพันธ์ร่วมกับปกเทป

มอส... ปฏิภาณ ปฐวิภานต์



นักร้อง

มอส... ปฏิภาณ ปฐวิภานต์

นักร้องขวัญใจวัยรุ่นที่ได้รับความนิยม และได้รับการต้อนรับจากแฟนเพลงอย่างท่วมท้นจากทุกๆ อัลบั้มที่ผ่านมา ไม่ว่าจะเป็น

- มอส... เอ้อเฮอ
- มิสเตอร์... มอส
- มูฟวี่... มอส
- มอส... แมวหู่

แนวเพลง

POP

โปรดิวเซอร์

อนุวัฒน์ สืบสุวรรณ (ว่าว)

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มชาย-หญิง วัยพีทีน - วัยทีน.เอจ ทั่วไป

กำหนดวางตลาด

เดือนพฤศจิกายน 2541

สิ่งที่ผลิตภัณฑ์ได้รับ

1. ได้รับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ไปกับอัลบั้มที่สนับสนุนในสื่อต่างๆ ดังนี้

1.1 MASS MEDIA

1.1.1 ได้รับการร่วมโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่าน MASS MEDIA

รวมมูลค่าเงินค่า 3,000,000.00 บาท

ทางสื่อโทรทัศน์, วิทยุ และหนังสือพิมพ์ดังนี้

▶▶▶ สปอตโทรทัศน์

▶▶▶ สปอตวิทยุ

▶▶▶ หนังสือพิมพ์

รวมมูลค่าทั้งสิ้น

(สื่อที่ใช้อาจมีการเปลี่ยนแปลงในมูลค่าเท่ากัน)

1.1.2 ได้รับโลโกผลิตภัณฑ์ทำยมิวสิควิดีโอ

1.2 DIRECT MEDIA

ได้รับการร่วมโฆษณาประชาสัมพันธ์ไปกับปกแผ่นที่สนับสนุน

จำนวนการผลิตขั้นต่ำกว่า 500,000 ตลับ ผ่านสายตาสู่ผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายโดยตรง

โดยผลิตภัณฑ์จะได้รับโลโกบนปกแผ่นในตำแหน่งดังนี้

☞ โลโกบนปกแผ่นด้านหน้า 4 สี

☞ แพ็คชอตภาพผลิตภัณฑ์บนปกแผ่นด้านในแผ่นพับ 4 สี

☞ โลโกพร้อมสโลแกนบนปกแผ่นด้านเนื้อเพลง 1 สี (ขาว-ดำ)

การโฆษณาประชาสัมพันธ์ร่วมกับปกเทป



นักร้อง

ปีเตอร์ คอร์ป ไดเรนดัล

สุดยอดซูเปอร์สตาร์หน้าใหม่ ..กับเพลงร็อคคุณภาพ
ที่ประสบความสำเร็จมาแล้วอย่างท่วมท้นจาก...
อัลบั้ม หินผา-กา-ดาบ จากยอดจำหน่ายกว่าล้านตลับ

แนวเพลง

MODERN ROCK จะเป็นแนวเพลงร็อครุ่นใหม่ที่มีความ
ละเอียดอ่อนทางดนตรีมากขึ้นไม่หนักจนเกินไป
มีความเป็น SOFT ROCK มากกว่าในชุดที่แล้ว

โปรดิวเซอร์

ชาติ คงสุวรรณ (โอห์ม)

กลุ่มเป้าหมายหลัก

วัยฟรีทีน-วัยทีนเอง อายุ 12-24 ปี

กลุ่มเป้าหมายรอง

กลุ่มคนทั่วไปที่ชอบฟังดนตรีแนวร็อคในรูปแบบใหม่

กำหนดวางตลาด

เดือนกันยายน 2541

สิ่งที่ผลิตภัณท์ได้รับ

1. ได้รับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ไปกับอัลบั้มที่สนับสนุนในสื่อต่างๆ ดังนี้

1.1 MASS MEDIA

1.1.1 ได้รับการร่วมโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่าน MASS MEDIA

รวมมูลค่าขั้นต่ำ 3,000,000.00 บาท

ทางสื่อโทรทัศน์, วิทยุ และหนังสือพิมพ์ดังนี้

⇒ สปอตโทรทัศน์

⇒ สปอตวิทยุ

⇒ หนังสือพิมพ์

รวมมูลค่าทั้งสิ้น

(สื่อที่ใช้อาจมีการทดแทนเปลี่ยนแปลงในมูลค่าที่เท่ากัน)

1.1.2 ได้รับโลโกผลิตภัณท์ท้ายมิวสิควีดีโอ

1.2 DIRECT MEDIA

ได้รับการร่วมโฆษณาประชาสัมพันธ์ไปกับปกเทปที่สนับสนุน

จำนวนการผลิตขั้นต่ำกว่า 500,000 ตลับ ผ่านสายตาสู่ผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายโดยตรง
โดยผลิตภัณท์จะได้รับโลโกบนปกเทปในตำแหน่งดังนี้

☞ โลโกบนปกเทปด้านหน้า 4 สี

☞ แฝกชอตภาพผลิตภัณท์บนปกเทปด้านในแผ่นพับ 4 สี (ภาพผลิตภัณท์กับศิลปิน)

☞ โลโกพร้อมสโลแกนบนปกเทปด้านในเนื้อเพลง 1 สี (ขาว-ดำ)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สิ่งที่จะได้รับการสนับสนุนปกเทป

(ศิลปินใหม่ และเพลงประกอบภาพยนตร์)

สื่อโทรทัศน์

บริษัทฯ จะจัดทำสปอตโฆษณาทางโทรทัศน์ ความยาว 15 วินาที และ/หรือ 30 วินาที โดยจะมีโลโก้สินค้า และรูปหรือสโลแกนสินค้า ในตอนท้ายของสปอต เพื่อนำไปโปรโมทในรายการโทรทัศน์ของบริษัทฯ และรายการอื่น ๆ ที่บริษัทฯ มีสัญญาาร่วม (โดยมีความถี่ขั้นต่ำประมาณ 100 - 150 สปอต ต่ออัลบั้ม ระยะเวลาโปรโมท ประมาณ 4 เดือน)

สื่อวิทยุ

บริษัทฯ จะจัดทำสปอตโฆษณาวិทยุ ความยาว 30 วินาที โดยจะมีชื่อสินค้า พร้อมสโลแกนตอนท้ายสปอต และ นำไปโปรโมทในรายการวิทยุของบริษัทฯ และ รายการวิทยุอื่น ๆ ที่ทางบริษัทฯ มีสัญญาาร่วม ทั้งในกรุงเทพฯ/ต่างจังหวัด (โดยมีความถี่ขั้นต่ำ 1,000 - 1,200 สปอตต่ออัลบั้ม โปรโมทประมาณ 4 เดือน)

สื่อสิ่งพิมพ์

บริษัทฯ จะจัดทำโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ และ นิตยสารโดยจะมีโลโก้ หรือ รูปสินค้า และ สโลแกน ลงในคอลัมน์ปักชำหน้าบันเทิง ในนิตยสารขนาด 5'x7' ชาว-ดำ (ไทยรัฐ, เดลินิวส์, สยามกีฬา, อื่น ๆ) ประมาณ 10 ครั้ง/อัลบั้ม

สื่ออื่น ๆ

1. ลงโลโก้หรือรูปแบบสินค้าบนปกเทป/ ปก CD. ของศิลปินที่ร่วมสนับสนุน
 - ด้านหน้าของปกเทป/ ปก CD. 1 จุด
 - หน้าโฆษณาของผลิตภัณฑ์ที่สนับสนุน 1 หน้า
 - ด้านในของปกเทป (บริเวณเนื้อร้อง) 1 จุด
2. ลงโลโก้หรือรูปแบบสินค้าไปสเตอร์ (จำนวนผลิตอย่างน้อย 10,000 แผ่น)
3. ขึ้นโลโก้สินค้าในตอนท้ายของมิวสิควิดีโอทุกเพลงของอัลบั้ม

พิเศษ

1. เทปถนันทนาการจำนวน 100 ม้วน / อัลบั้ม
2. ไปสเตอร์อัลบั้ม 100 แผ่น / อัลบั้ม

สิ่งที่ได้รับจากการสนับสนุนปกเทป

(รวมฮิต)

สื่อโทรทัศน์

บริษัทฯ จะจัดทำสโปตโฆษณาทางโทรทัศน์ ความยาว 15 วินาที และ/หรือ 30 วินาที โดยจะมีโลโก้สินค้า และรูปหรือสโลแกนสินค้า ในตอนท้ายของสโปต เพื่อนำไปโปรโมทในรายการโทรทัศน์ของบริษัทฯ และรายการอื่น ๆ ที่บริษัทฯ มีสัญญาร่วม (โดยมีความถี่ขั้นต่ำประมาณ 60 - 80 สโปต ต่ออัลบั้ม ระยะเวลาโปรโมท ประมาณ 3 เดือน)

สื่อวิทยุ

บริษัทฯ จะจัดทำสโปตโฆษณาวิทยุ ความยาว 30 วินาที โดยจะมีชื่อสินค้า พร้อมสโลแกนตอนท้ายสโปต และนำไปโปรโมทในรายการวิทยุของบริษัทฯ และรายการวิทยุอื่น ๆ ที่ทางบริษัทฯ มีสัญญาร่วม ทั้งในกรุงเทพฯ/ต่างจังหวัด (โดยมีความถี่ขั้นต่ำ 300-500 สโปตต่ออัลบั้ม โปรโมทประมาณ 3 เดือน)

สื่อสิ่งพิมพ์

บริษัทฯ จะจัดทำโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ และ นิตยสารโดยจะมีโลโก้ หรือ รูปสินค้า และ สโลแกน ลงในคอลัมภ์ักซ้ายหน้าบันเทิง ในนิตยสารขนาด 5"x7" ชาว-ดำ (ไทยรัฐ, เดลินิวส์, สยามกีฬา, อื่น ๆ)

สื่ออื่น ๆ

1. ลงโลโก้หรือรูปแบบสินค้าบนปกเทปของศิลปินที่ร่วมสนับสนุน
 - ด้านหน้าของปกเทป / ปก CD. 1 จุด
 - หน้าโฆษณาของผลิตภัณฑ์ที่สนับสนุน 1 หน้า
 - ด้านในของปกเทป (บริเวณเนื้อร้อง) 1 จุด
2. ลงโลโก้หรือรูปแบบสินค้าไปสเตอร์ (จำนวนผลิตอย่างน้อย 5,000 แผ่น)

พิเศษ

1. เทปอกันชนทางการจำนวน 100 ม้วน / อัลบั้ม
2. ไปสเตอร์อัลบั้ม 100 แผ่น / อัลบั้ม



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตัวอย่างสคริปต์สปอตวิทยุ

สปอตวิทยุ “อยากให้อั้วร่าเหงา” J : DAY

ความยาว 30 วินาที

เอฟเฟค ฝนตก อินโทรเป็นแบคกราวด์

โฆษณา ความรัก...คงไม่มีที่ว่างสำหรับคนที่สาม

เพลง อยู่คนเดียวใช่ไหมหรือเขาอยู่ตรงนั้น

หากว่าเป็นอย่างนั้น...

โฆษณา อยากให้อั้วร่าเหงา

เพลงเหงาจับใจ

อันดับหนึ่งล่าสุดจาก เจ : เดย์ เจ-เจตริน

วันนี้ แกรมมี่ แกรนด์

ทิทริ เฟรียลโฟม

เพื่อผิวน้ำสะอาดสดใสไร้สิวและริ้วรอยอย่างมีอนามัยจากธรรมชาติ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตัวอย่างสคริปต์สปอตวิทยุ

สปอตวิทยุ "เดี๋ยวก่อน" J : DAY
 ความยาว 30 วินาที

เพลงอยากให้รู้ว่าเหงา

โฆษณา ความเหงาไม่ทันหาย
 ความมันก็เข้ามาแทรก

เอฟเฟคคลื่นแทรก

เพลงเดี๋ยวก่อน

โฆษณา เดี๋ยวก่อน
 งานมัน ๆ ล้ำสุดจากเจ้าของปฏิบัติการอันดับหนึ่ง
 เจเดย์ เจ – เจตริน (เอฟเฟค)
 นำลิ่วทั่วประเทศวันนี้
 แกรมมี่ แกรนด์

ทิทริ เฟเชียลโฟม

เพื่อผิวหน้าสะอาดสดใสไร้สิวและริ้วรอยอย่างมีอนามัยจากธรรมชาติ

สถาบันวิทยบริการ
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตัวอย่างสคริปต์สปอตวิทยุ

สปอตวิทยุ “ตามใจ” ชูเปอร์โบ สุนิตา ลีติกุล

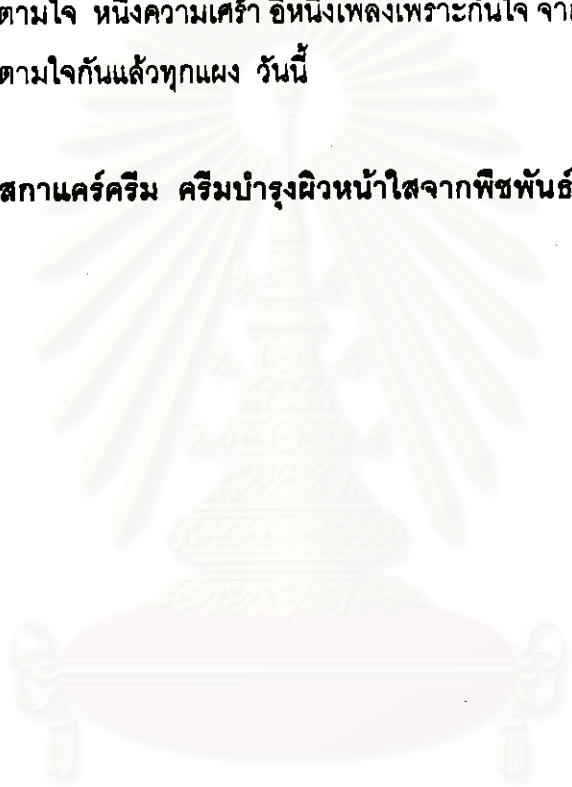
ความยาว 30 วินาที

โฆษกหญิง แล้วฉันก็รู้ว่า...สิ่งที่ฉันทุ่มเทให้ กลับไม่ใช่สิ่งที่เธอต้องการ

เพลง ตามใจ ตามใจเธอ ตามใจเธอถ้าต้องการจะจากไป.....

โฆษกหญิง ตามใจ หนึ่งความเศร้า อีหนึ่งเพลงเพราะกินใจ จาก ชูเปอร์โบ สุนิตา ลีติกุล
ตามใจกันแล้วทุกแฉง วันนี้

สกาแคร่ครีม ครีมบำรุงผิวหน้าใสจากพืชพันธุ์ธรรมชาติ

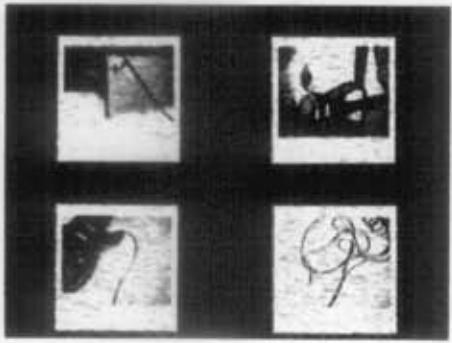


สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตัวอย่างโฆษณาโทรทัศน์ เจตริน วรรณะสิน (J - DAY)



ตัวอย่างโฆษณาโทรทัศน์ ไท ธนาวุฒิ (ไท พิเศษ)





ตัวอย่างโฆษณาบนสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



เจตน์ นิตยา
 ผู้ที่ฉลาดเฉลียวและมุ่งมั่นตั้งใจใช้คุณวุฒิและคุณวิชา

Jetrin Wattana-sin
 Position: Assving

เจ.เจ.เจ.เจ.
เจตน์

ปฏิวัติการร่อนแรงทุกพื้นที่ด้วยวินัย
 เทคโนโลยี in the Jetrin Wattana-sin

TEA FREE
 Taste Free

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



สถาบันส่งเสริมการค้า
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อีกพรึบตาเดียว
ติดเต็ม ติดใจ ไวรัส ทัั้งเมือง

31 ตุลาคมนี้

RS STAR CLUB FESTIVAL งานฉลอง 6 ปี อาร์เอส สตาร์คลับ

28 ต.ค. - 1 พ.ย. ที่เซ็นทรัล ชั้นล่าง เลือกซิงเกิ้ล, ซีดี, ราวพินเทจ สนับสนุนอีกหรือชื่อของศิลปินพร้อมรับรางวัลละของสนับสนุนมากมาย

29 ต.ค. - 19 พ.ค. / พ.ค. 29 ต.ค. - 12015 - 200 / 8. 30 ต.ค. - 31 พ.ค. 1998 / 8. 31 ต.ค. - 1998 / 8. 1 พ.ย. - 1998 / 8. 1 พ.ย. - 1998 / 8.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตัวอย่างโฆษณาบนปกเพลงไทยสากล

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



POWER BY SANYO
BATTERY
 DURABLE

สำหรับเครื่องใช้พกพา

สปา...
 แบตเตอรี่โทรศัพท์มือถือ



ติดต่อสอบถาม โทร. 02-2622112 หรือ โทร. 02-444358



AVICAR

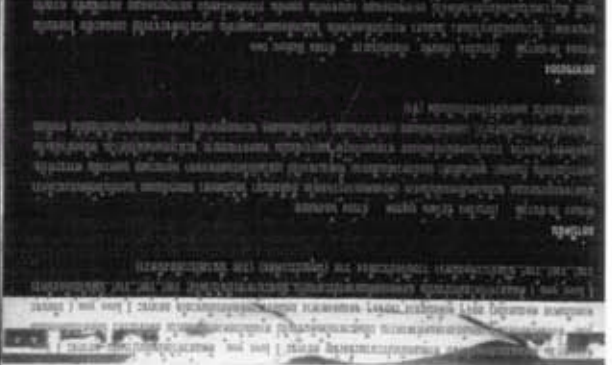
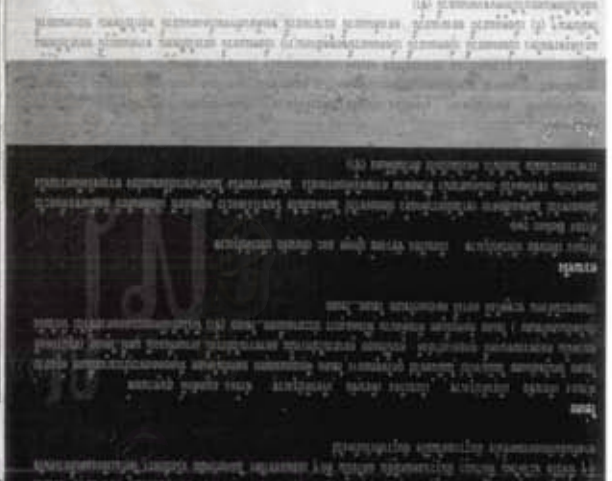
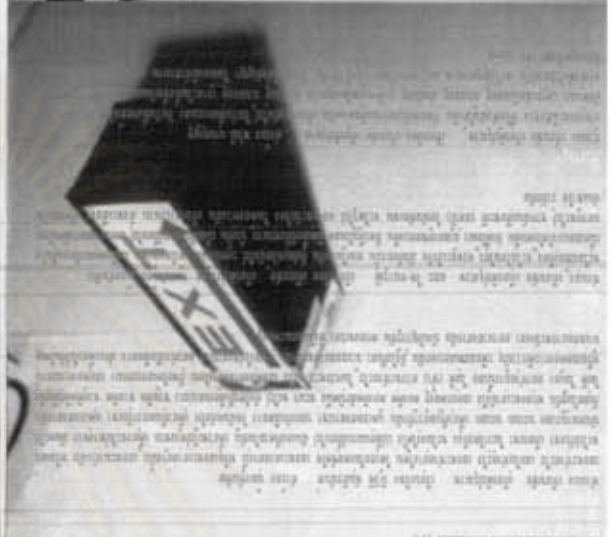
พิก-อวาล์

AVICAR
 100% DRY CELL
 SANYO

แบตเตอรี่ 3.7 Volt 1500mAh สำหรับใช้ 5.0mm x 14.5mm x 2.5mm
 ผลิตโดย Sanyo Co., Ltd. ประเทศญี่ปุ่น



ALL RIGHTS OF THE REGISTERED OWNER OF THE TRADE MARKS AND PATENTS ARE RESERVED BY SANYO CO., LTD.
 SANYO BATTERY SYSTEMS (THAILAND) CO., LTD.



MC/AB

1. 1.0003 • 03.02.2004/2010
 2. 1.0003 • 03.02.2004/2010
 3. 1.0003 • 03.02.2004/2010
 4. 1.0003 • 03.02.2004/2010
 5. 1.0003 • 03.02.2004/2010
 6. 1.0003 • 03.02.2004/2010
 7. 1.0003 • 03.02.2004/2010
 8. 1.0003 • 03.02.2004/2010
 9. 1.0003 • 03.02.2004/2010
 10. 1.0003 • 03.02.2004/2010

DEAMWYBC





4

STEREO
G0141103



9 800197 418448

C-0141103








1.0003 • 03.02.2004/2010
 2.0003 • 03.02.2004/2010
 3.0003 • 03.02.2004/2010
 4.0003 • 03.02.2004/2010
 5.0003 • 03.02.2004/2010
 6.0003 • 03.02.2004/2010
 7.0003 • 03.02.2004/2010
 8.0003 • 03.02.2004/2010
 9.0003 • 03.02.2004/2010
 10.0003 • 03.02.2004/2010

MC/AB

99

KA 10.00. มิติใหม่ และ BIO-PROTEIN 2 ใหม่

4

[สรุปเพลงฮิตทุกซีกทุกสไตล์ของยุคสมัย]

KA 10.00. มิติใหม่

4

[สรุปเพลงฮิตทุกซีกทุกสไตล์ของยุคสมัย]

KA 10.00. มิติใหม่ และ BIO-PROTEIN 2 ใหม่

1. 1.0003 • 03.02.2004/2010
 2. 1.0003 • 03.02.2004/2010
 3. 1.0003 • 03.02.2004/2010
 4. 1.0003 • 03.02.2004/2010
 5. 1.0003 • 03.02.2004/2010
 6. 1.0003 • 03.02.2004/2010
 7. 1.0003 • 03.02.2004/2010
 8. 1.0003 • 03.02.2004/2010
 9. 1.0003 • 03.02.2004/2010
 10. 1.0003 • 03.02.2004/2010







1.0003 • 03.02.2004/2010
 2.0003 • 03.02.2004/2010
 3.0003 • 03.02.2004/2010
 4.0003 • 03.02.2004/2010
 5.0003 • 03.02.2004/2010
 6.0003 • 03.02.2004/2010
 7.0003 • 03.02.2004/2010
 8.0003 • 03.02.2004/2010
 9.0003 • 03.02.2004/2010
 10.0003 • 03.02.2004/2010

MC/AB

99

KA 10.00. มิติใหม่ และ BIO-PROTEIN 2 ใหม่

4

[สรุปเพลงฮิตทุกซีกทุกสไตล์ของยุคสมัย]

KA 10.00. มิติใหม่

4

[สรุปเพลงฮิตทุกซีกทุกสไตล์ของยุคสมัย]

KA 10.00. มิติใหม่ และ BIO-PROTEIN 2 ใหม่

99

KA 10.00. มิติใหม่ และ BIO-PROTEIN 2 ใหม่

ประวัติผู้เขียน

นางสาวมณีรัตน์ ตริยาพงษ์ เกิดวันที่ 29 เมษายน พ.ศ. 2518 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด จากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เมื่อปีการศึกษา 2538 และเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท สาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2539 ปัจจุบันทำงานในตำแหน่งมีเดียวิทย์ บริษัท แกรมมี่ เอนเตอร์เทนเมนต์ (มหาชน) จำกัด กลุ่มแกรมมี่ แกรนด์



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย