



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved



ภาคผนวก ก

- หนังสือขอความอนุเคราะห์
- รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



ที่ ๖๓๙๓ (๒๓) / ๑๓๓

สาขาวิชาศิลปศึกษาและการออกแบบสื่อ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
๒๓๙ อ.หัวแก้ว อ.เมือง จ.เชียงใหม่ ๕๐๒๐๐

๒๗ มิถุนายน ๒๕๕๗

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการค้นคว้าแบบอิสระ

เรียน ผู้จัดการสำนักงานขายประจำจังหวัดเชียงใหม่
บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

ด้วย นางสาว ณัฐนรี เจนจิต รหัส ๕๕๙๙๓๒๑๓๖ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาศิลปศึกษาและการออกแบบสื่อ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้ทำการค้นคว้าแบบอิสระ เรื่อง การศึกษา “ความเป็นไทย” ในสื่อใหม่ กรณีศึกษา โฆษณาของธุรกิจสายการบิน โดยมี รองศาสตราจารย์ พลสิทธิ์ สิทธิชมภู เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ในการนี้ สาขาวิชา เห็นว่างานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาโดยรวม และเพื่อความสมบูรณ์ในการทำการค้นคว้า ทางสาขาวิชา จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ข้อมูลจากท่าน โดยขออนุญาตให้นักศึกษาดังกล่าวเข้าสัมภาษณ์ท่านตามวันและเวลาที่ท่านสะดวก โดยขอติดต่อกลับมาทางโทรศัพท์ ๐๘๕-๖๙๔๙๘๙๖

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

อุทิศ อติมานะ

(อาจารย์ อุทิศ อติมานะ)

ประธานคณะกรรมการบัณฑิตศึกษา
สาขาวิชาศิลปศึกษาและการออกแบบสื่อ

สาขาวิชาศิลปศึกษาและการออกแบบสื่อ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
โทรศัพท์/โทรสาร ๐๕๓ -๙๔๔-๘๕๖



ที่ ๖๓๙๓ (๒๓) / ๑๔๐

สาขาวิชาศิลปศึกษาและการออกแบบสื่อ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
๒๓๙ ถ.หัวแก้ว อ.เมือง จ.เชียงใหม่ ๕๐๒๐๐

๒๗ มิถุนายน ๒๕๕๗

เรื่อง ขออนุญาตใช้ตราสัญลักษณ์ “การบินไทย” เพื่อประกอบการค้นคว้าแบบอิสระ

เรียน ผู้จัดการสำนักงานขายประจำจังหวัดเชียงใหม่
บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

ด้วย นางสาว ณัฐนรี เจนจัด รหัส ๕๕๙๙๓๒๑๓๖ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาศิลปศึกษาและการออกแบบสื่อ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้ทำการค้นคว้าแบบอิสระ เรื่อง การศึกษา “ความเป็นไทย” ในสื่อใหม่ กรณีศึกษา โฆษณาของธุรกิจสายการบิน โดยมี รองศาสตราจารย์ พลสิทธิ์ สิทธิชมภู เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ทั้งนี้ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เป็นสายการบินที่มีชื่อเสียง ประกอบกับมีการออกแบบตราสัญลักษณ์ที่มีความอ่อนช้อยงดงามแสดงถึงความเป็นไทย ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญของการศึกษาในครั้งนี้ จึงใคร่ขออนุญาตใช้ตราสัญลักษณ์ “การบินไทย” เพื่อประกอบการทำการค้นคว้าแบบอิสระของนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

อุทิศ อติมานะ

(อาจารย์ อุทิศ อติมานะ)

ประธานคณะกรรมการบัณฑิตศึกษา
สาขาวิชาศิลปศึกษาและการออกแบบสื่อ

สาขาวิชาศิลปศึกษาและการออกแบบสื่อ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
โทรศัพท์/โทรสาร ๐๕๓ -๙๔๔-๘๕๖

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์

ผู้เชี่ยวชาญจากบริษัทการบินไทย

- | | | |
|--------------------------|----------------------------|-----------------|
| 1. คุณจักรพงษ์ คล้ายมุก | ตำแหน่งผู้จัดการกองโฆษณา | บริษัทการบินไทย |
| 2. คุณวงศันภา จิระประยูร | พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน | บริษัทการบินไทย |
| 3. คุณศุภรัชต์ โสมะบุตร | พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน | บริษัทการบินไทย |

ผู้เชี่ยวชาญทางการโฆษณา

- | | |
|------------------------------|--|
| 1. กุลนัตร์ นัตถกุล ณ อยุธยา | อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ และ Chief Marketing Officer (CMO) บริษัท Marketing Dioxide Co.,Ltd. |
| 2. คุณชญญาภรณ์ ธรรมประวัติ | ตำแหน่ง Copywriter บริษัท TBWA ประเทศไทย |
| 3. คุณวรรณชัย วงษ์ตะลา | ผู้บริหารบริษัท THAIS และอาจารย์คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



ภาคผนวก ข
- เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

การค้นคว้าอิสระเรื่อง การศึกษา “ความเป็นไทย” ในสื่อใหม่ กรณีศึกษาโฆษณาของธุรกิจสายการบิน **คำชี้แจง** แบบสอบถามนี้เป็นเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อประกอบการค้นคว้าแบบอิสระ เรื่อง การศึกษา “ความเป็นไทย” ในสื่อใหม่ กรณีศึกษาโฆษณาของธุรกิจสายการบิน ตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อศิลปะและการออกแบบ คณะบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผู้ศึกษาต้องการทราบข้อมูลเพื่อใช้เป็นประโยชน์ในด้านการศึกษานั้น ในการนี้ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ตอบแบบสอบถามได้พิจารณาและทำการตอบแบบสอบถามตามความรู้สึก ความคิดเห็นและสิ่งที่ท่านได้กระทำตามสภาพความเป็นจริงให้มากที่สุด ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้เป็นข้อมูลทางวิชาการเท่านั้น ข้อมูลต่างๆ ที่ได้จะถือเป็นความลับและใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น

แบบสอบถามจะแบ่งเป็น 5 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลการเปิดรับสื่อของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อเอกลักษณ์ “ความเป็นไทย”

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นที่มีต่อการประยุกต์ใช้แนวคิดความเป็นไทยในโฆษณาของบริษัทการบินไทย

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการประยุกต์ใช้แนวคิดความเป็นไทยในโฆษณาของบริษัทการบินไทย

ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่า จะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ณัฐรี เจนจิต 559932136

สาขาสื่อศิลปะและการออกแบบ คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ข้อที่ท่านพิจารณาเลือกตามความคิดเห็น ความรู้สึก หรือข้อเท็จจริงที่ตรงกับท่านมากที่สุด หรือเติมข้อความในช่องว่างให้สมบูรณ์

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลการเปิดรับสื่อของผู้ตอบแบบสอบถาม

- 1.1 เพศ
() 1. ชาย () 2. หญิง
- 1.2 อายุ
() 1. อายุน้อยกว่า 21 ปี () 2. อายุระหว่าง 21 – 30 ปี
() 3. อายุระหว่าง 31 – 40 ปี () 4. อายุระหว่าง 41 – 50 ปี
() 5. อายุระหว่าง 51 – 60 ปี () 6. อายุตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป
- 1.3 ระดับการศึกษา
() 1. ประถมศึกษา () 2. มัธยมศึกษาปีที่ 3
() 3. มัธยมศึกษาปีที่ 6 () 4. อาชีวศึกษา
() 5.ปริญญาตรี () 6. ปริญญาโท
() 7. อื่นๆ (โปรดระบุ.....)
- 1.4 อาชีพ
() 1. นักเรียน นักศึกษา () 2. ธุรกิจส่วนตัว
() 3. รัฐบาล รัฐวิสาหกิจ () 4. พนักงานบริษัทเอกชน
() 5. รับจ้างทั่วไป () 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
- 1.5 รายได้ส่วนตัวของท่านโดยเฉลี่ยต่อเดือน
() 1. ไม่เกิน 10,000 บาท () 2. 10,001-20,000 บาท
 () 3. 20,001-30,000 บาท () 4. 30,001-40,000 บาท
 () 5. มากกว่า 40,000 บาท
- 1.6 ท่านเลือกใช้บริการสารการบินอะไรเป็นประจำ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
() 1. บริษัทการบินไทย Thai Airways
() 2. บางกอกแอร์เวย์ Bangkok Airways
() 3. แอร์เอเชีย AirAsia
() 4. นกแอร์ Nok Air
() 5. โอเรียนท์ไทยแอร์ไลน์ Orient Thai Airline
() 6. อื่นๆ ระบุ.....

- 1.7 ท่านเคยใช้บริการของบริษัทการบินไทย (Thai Airways) หรือไม่
 1. เคย 2. ไม่เคย
- 1.8 ปกติท่านรับข้อมูลข่าวสารจากสื่ออะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
 1. โทรทัศน์ 2. หนังสือพิมพ์
 3. สื่อใหม่ (New Media) เช่น อินเทอร์เน็ต (Internet) หรือสื่อออนไลน์ (Social Media)
 4. ป้ายโฆษณา/โปสเตอร์/แผ่นพับ
 5. นิตยสาร/วารสาร 6. อื่นๆ (ระบุ).....
- 1.9 ท่านเคยใช้อินเทอร์เน็ต (Internet) หรือสื่อออนไลน์ (Social Media) ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
 1. เว็บไซต์ (Website)
 2. Facebook
 3. Twitter
 4. Instagram
 5. อื่นๆ (ระบุ).....
- 1.10 ท่านใช้อินเทอร์เน็ตวันละกี่ชั่วโมง
 1. 1-3 ชั่วโมง 2. 4-6 ชั่วโมง
 3. 7-9 ชั่วโมง 4. 10-12 ชั่วโมง
 5. 13-15 ชั่วโมง 6. 16 ชั่วโมงขึ้นไป
- 1.11 ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเพื่ออะไร (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
 1. เพื่ออัปเดตข้อมูล ข่าวสาร
 2. เพื่อสืบค้นข้อมูล ความรู้
 3. เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กับคน
 4. เพื่อเป็นสื่อในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการที่ต้องการ
 5. อื่นๆ (ระบุ).....
- 1.12 โดยปกติท่านใช้อินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์ใด (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
 1. คอมพิวเตอร์ 2. สมาร์ทโฟน
 3. แท็บเล็ต (Tablet) 4. อื่นๆ (ระบุ).....
- 1.13 ท่านเคยพบเห็นโฆษณาของบริษัทการบินไทย (Thai Airways) จากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
 1. โทรทัศน์ 2. หนังสือพิมพ์

- () 3. สื่อใหม่ (New Media) เช่น อินเทอร์เน็ต (Internet) หรือสื่อออนไลน์ (Social Media)
- () 4. ป้ายโฆษณา/โปสเตอร์/แผ่นพับ
- () 5. นิตยสาร/วารสาร
- () 6. อื่นๆ (ระบุ).....

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อเอกลักษณ์ “ความเป็นไทย”

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
2.1) วัฒนธรรมไทยเป็นสิ่งที่น่าภาคภูมิใจ					
2.2) วัฒนธรรมไทยเป็นสิ่งที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์และสืบสาน					
2.3) วัฒนธรรมไทยมีเอกลักษณ์ไม่เหมือนชาติอื่น					
2.4) วัฒนธรรมไทยเป็นสิ่งที่ควรค่าแก่การเผยแพร่					
2.5) ประเพณีไทยเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิต ค่านิยม ความเชื่อของคนไทย					
2.6) ศิลปะไทยมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวเป็นสิ่งที่สวยงาม น่าชื่นชม ควรค่าแก่การอนุรักษ์					
2.7) สถาปัตยกรรมไทยมีความสง่างาม มีคุณค่าทางศิลปะอันสูงส่งของชาติ					
2.8) คนไทยมีจิตใจโอบอ้อมอารี มีน้ำใจ กตัญญู กตเวที					
2.9) ภาษาไทยเป็นสิ่งที่น่าภาคภูมิใจสมควรรักษาไว้					
2.10) ผู้ที่ให้ความสนใจกับวัฒนธรรมไทยเป็นคนล้ำสมัย					

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อการประยุกต์ใช้แนวคิดความเป็นไทยในงานโฆษณาของบริษัทการบินไทย

3.1 เหตุผลที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการของบริษัทการบินไทย Thai Airways

- () 1. บริการดี
- () 2. คุณมีค่าน่าเชื่อถือ
- () 3. มีภาพลักษณ์ที่ดี
- () 4. ผู้อื่นแนะนำ
- () 5. อื่นๆ (ระบุ).....

3.2 หลังจากดูโฆษณาของบริษัทการบินไทยแล้วท่านรู้สึกอย่างไร

- () 1. มั่นใจในการบริการของสายการบิน
- () 2. รับรู้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างละเอียด
- () 3. สนใจที่จะใช้บริการของสายการบิน
- () 4. ได้รับความรู้ถึงความเป็นไทย
- () 5. อื่นๆ (ระบุ).....

3.3 ท่านคิดว่ารูปแบบการนำเสนอที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง “ความเป็นไทย” ในงานโฆษณาของบริษัทการบินไทยนี้เป็นอย่างไร

- () 1. แปลกใหม่, น่าสนใจ
- () 2. โบราณ, น่าเบื่อ

3.4 ท่านคิดว่าจุดเด่นของงานโฆษณาของบริษัทการบินไทยอยู่ที่ใด

- () 1. เนื้อหา สาระที่เกี่ยวกับความเป็นไทย
- () 2. ภาพประกอบที่สวยงาม
- () 3. การออกแบบที่เน้นความเป็นไทย
- () 4. อื่นๆ (ระบุ).....

3.5 ท่านชอบโฆษณาที่มีการประยุกต์ใช้ความเป็นไทยในงานโฆษณาหรือไม่

- () 1. ชอบ
- () 2. ไม่ชอบ
- () 3. เฉยๆ

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการประยุกต์ใช้แนวคิดความเป็นไทยในโฆษณาของบริษัทการบินไทย

ประเด็นคำถาม	ระดับความพึงพอใจ				
	พึงพอใจมาก	พึงพอใจ	พึงพอใจปานกลาง	ไม่พึงพอใจ	ไม่พึงพอใจเลย
4.1 เนื้อหาสาระในงานโฆษณาครบถ้วน					
4.2 ข้อมูลข่าวสารในงานโฆษณา					
4.3 รูปแบบการนำเสนอในงานโฆษณา					
4.4 การให้ความรู้เกี่ยวกับศิลปะและวัฒนธรรมไทย					
4.5 เรื่องราวแปลกใหม่ที่นำเสนอในงานโฆษณา					
4.6 รูปภาพที่ใช้ประกอบสื่อถึงความเป็นไทย					
4.7 ศิลปะและวัฒนธรรมไทยที่นำมาเสนอในงานโฆษณา					

4.8 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบินไทย

- ประเด็นที่ 1** คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อโฆษณาในสื่อใหม่
- 1.1 คุณมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโฆษณาในสื่อใหม่ [โฆษณาในเว็บไซต์ (Website) หรือในโซเชียลมีเดีย (Social Media)]
 - 1.2 คุณคิดว่าการทำโฆษณาของบริษัทการบินไทย ในสื่อเก่าเป็นอย่างไร และในสื่อใหม่ทำให้เกิดผลสำเร็จที่ดีกว่ามากน้อยเพียงใด และควรที่จะปรับปรุงเพิ่มเติมอย่างไร
- ประเด็นที่ 2** คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อเอกลักษณ์ความเป็นไทย และงานโฆษณาที่มีการประยุกต์ใช้แนวคิดความเป็นไทย
- 1.1 ตามแนวความคิดของคุณถ้าพูดถึงเรื่องความเป็นไทย หรือเอกลักษณ์ความเป็นไทย คุณจะนึกถึงอะไร หรืออะไรที่สื่อให้เห็นถึงความเป็นไทยได้อย่างชัดเจน
 - 1.2 คุณมีความคิดเห็นอย่างไรกับการทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า ยกตัวอย่าง) (เช่น การโปรโมทให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวในช่วงเทศกาลสงกรานต์)
 - 1.3 คุณมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้แนวคิดความเป็นไทยในงานโฆษณา
- ประเด็นที่ 3** คำถามเกี่ยวกับงานโฆษณา กลยุทธ์การโฆษณาและผลสำเร็จของการโฆษณาของบริษัทการบินไทย
- 3.1 ในกรณีศึกษาบริษัทการบินไทย คุณคิดว่าองค์กรนี้ประยุกต์ใช้แนวคิดความเป็นไทยอย่างไร
 - ใช้เพื่ออะไร
 - ใช้กลยุทธ์อะไร
 - อะไรที่สื่อถึงความเป็นไทยมากที่สุด
 - ผลกระทบที่เกิดขึ้น หรือสิ่งที่คุณคิดว่าจะได้รับหลังจากการประยุกต์ใช้ความเป็นไทยในงานโฆษณา
 - 1.2 คุณคิดว่าเกิดผลสำเร็จมากน้อยเพียงใดกับการประยุกต์ใช้แนวคิดความเป็นไทยในงานโฆษณาของบริษัทการบินไทย
 - 1.3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับวิธีการประยุกต์ใช้แนวคิดความเป็นไทยในงานโฆษณา ของบริษัทการบินไทย

แบบสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโฆษณา

- ประเด็นที่ 1** คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อโฆษณาในสื่อใหม่
- 1.1 คุณมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโฆษณาในสื่อใหม่ [โฆษณาในเว็บไซต์ (Website) หรือในโซเชียลมีเดีย (Social Media)]
 - 1.2 งานโฆษณาในสื่อใหม่ส่วนใหญ่ใช้กลยุทธ์อะไร และในองค์กรของคุณใช้กลยุทธ์อะไร ในงานโฆษณา
 - 1.3
- ประเด็นที่ 2** คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อเอกลักษณ์ความเป็นไทย และงานโฆษณาที่มีการประยุกต์ใช้แนวคิดความเป็นไทย
- 1.1 ตามแนวความคิดของคุณ ถ้าพูดถึงเรื่องความเป็นไทย หรือเอกลักษณ์ความเป็นไทย คุณจะนึกถึงอะไร หรืออะไรที่สื่อให้เห็นถึงความเป็นไทยได้อย่างชัดเจน
 - 1.2 คุณมีความคิดเห็นอย่างไรกับการทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า ยกตัวอย่าง) (เช่น การโปรโมทให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวในช่วงเทศกาลสงกรานต์)
 - 1.3 คุณมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้แนวคิดความเป็นไทยในงานโฆษณา
 - 1.4 ในบริบทสื่อใหม่คุณเห็นงานโฆษณาขององค์กรใดเด่นชัดที่สุดในเรื่องของการประยุกต์ใช้แนวคิดความเป็นไทยในงานโฆษณา
- ประเด็นที่ 3** คำถามเกี่ยวกับงานโฆษณา กลยุทธ์การโฆษณาและผลสำเร็จของการโฆษณาของบริษัทการบินไทย
- 1.1 คุณคิดว่าการทำโฆษณาของบริษัทการบินไทย ในสื่อเก่าเป็นอย่างไร และในสื่อใหม่ทำให้เกิดผลสำเร็จที่ดีกว่ามากน้อยเพียงใด และควรที่จะปรับปรุงเพิ่มเติมอย่างไร
 - 1.2 ในกรณีศึกษาบริษัทการบินไทย คุณคิดว่าองค์กรนี้ประยุกต์ใช้แนวคิดความเป็นไทยอย่างไร
 - ใช้เพื่ออะไร
 - ใช้กลยุทธ์อะไร
 - อะไรที่สื่อถึงความเป็นไทยมากที่สุด

- ผลกระทบที่เกิดขึ้น หรือสิ่งที่คิดว่าจะได้รับหลังจากการประยุกต์ใช้ความเป็นไทยในงานโฆษณา

- 1.3 คุณคิดว่าเกิดผลสำเร็จมากน้อยเพียงใดกับการประยุกต์ใช้แนวคิดความเป็นไทยในงานโฆษณาของบริษัทการบินไทย
- 1.4 ถ้าคุณจะทำงานโฆษณาที่ประยุกต์ใช้ความเป็นไทย คุณจะทำอย่างไร พร้อมระบุเหตุผล
- 1.5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับวิธีการประยุกต์ใช้แนวคิดความเป็นไทยในงานโฆษณา ในกรณีศึกษาบริษัทการบินไทย



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



ภาคผนวก ค
- ภาพประกอบ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตัวอย่างงานโฆษณาของบริษัทการบินไทยในสื่อใหม่ (New Media)

THAI
54
YEARS
1946-2000

จุดหมาย
ไม่ใช่แค่ปลายทาง

จุดเด่น ๖ กระบวนการการบินไทย จุดเด่นของเรายังคงไม่ใช่นำพาเพียงร่างกาย
ผู้สูงในเขตการค้าทาง สวัสดิการนำเทคโนโลยีการบันทึกเสียงมาใช้บริการ
ผู้โดยสารตลอดเวลา ย้ายเส้นทางบินสู่จุดหมายใหม่ ที่ต้องใจคุณ สรรหาความบันเทิง
จากทั่วโลกอันดีเลิศรวมอยู่ที่ศูนย์แห่งเดียวในร้านเสริมสวย
และสิ่งสำคัญที่ไม่มีใครเคยเจอที่ไหนมาก่อน
บริการดูแลเอาใจใส่อย่างอบอุ่นด้วยหัวใจแห่งสยาม
ถึงจุดหมายปลายทางอัน

ไทย
Siam Airways

thairways.com

ไทย
รักคุณเท่าฟ้า

บัตรโดยสารเส้นทาง
ภายในประเทศราคาพิเศษ
สำหรับข้าราชการหรือ
เจ้าหน้าที่รัฐ
จองผ่านสำนักงานขายการบินไทยทุกแห่ง
หรือ thairways.com/government

โปรดแสดงบัตรประจำตัว
เจ้าหน้าที่ของรัฐตัวจริงเมื่อเช็คอิน
สอบถามข้อมูล โทร.
0-2288-7160-68, 0-2288-7172-78

A STAR ALLIANCE MEMBER ✪

It's time to vote!
at
SmartTravel asia
bit.ly/votefortg

www.facebook.com/ThaiAirways

THAI

A STAR ALLIANCE MEMBER ✪

My Mom *My* **THAI**

ร่วมลุ้นบินฟรี!! กับคุณแม่
เพียง Post รูปถ่ายที่คุณถ่ายคู่กับแม่ และสิ่งที่สื่อถึงการบินไทย
บน Instagram โดยใช้ **#MyMomMyTHAI**

↓ วนนี้ ถึง 19 ส.ค. 2555

A STAR ALLIANCE MEMBER ✪

สุขสันต์วันสงกรานต์ ๒๕๕๖

ลิขสิทธิ์
Copyright
All r



เชียงใหม่
University
erved

www.facebook.com/ThaiAirways



การบินไทย นำครัวไทย สู่ครัวโลก

3-4 สิงหาคม 2556 ณ สานเขินรลลอรร์ก ชั้น 1

- พบกับ 14 เมนูอาหารไทยบนเครื่องบิน รสชาติแบบไทยแท้ จากครัวการบินไทยสู่ครัวโลก พร้อม **เซ็มฟรี!!**
- Tips & Talk “เคล็ดลับความอร่อยแบบไทยๆ...สไตส์คนดัง”
- สนุกกับกิจกรรมบันเทิง พร้อมรับของที่ระลึก

วันเสาร์ที่ 3 ส.ค.
เฉฟ - กำภอร เตชะภรจก
ชากร็ด - เย็นภม
เด็ย - สุริยมต์ ดุลนวัฒนภุส

วันอาทิตย์ที่ 4 ส.ค.
บอม - ธนิน นนุณสีลป (คุณชายธีรชานบท)
จอย - สีธาบี ศรีพิณ

PUFF & PIE THAI
จากครัวการบินไทย
พิฟิเอนต์พาย
จากครัวการบินไทย
ราคาพิเศษ

สานเขินรลลอรร์ก ชั้น 1 ตั้งแต่เวลา 11.00-19.30 น.



ของขวัญจากฟ้า

การบินไทยขอร่วมฉลอง
ความรักอันยิ่งใหญ่ของคุณแม่

ลุ้นเซอร์ไพรส์สุดประทับใจ
เพื่อเป็นของขวัญให้ผู้หญิงที่คุณรักที่สุด



เข้าร่วมกิจกรรมได้ ใน วันที่
20 กรกฎาคม - 8 สิงหาคม 2556 นี้!
ทางหน้าเว็บไซต์ของการบินไทย



www.facebook.com/ThaiAirways

คนไทยกินผลไม้ไทย



เราบินไป...ยังใจก็สดกว่า



การบินไทยขอแนะนำ Promotion สุดพิเศษ ด้วยการชวนคนไทย กินผลไม้ตามฤดูกาล แบบสดจากไร่ถึงมือคุณและคนที่คุณรัก ด้วยบริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ที่สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย ในราคาที่ถูกกว่าค่าว่าประหยัด

เริ่มตั้งแต่ วันที่ 1 ก.ค. - 31 ต.ค. 2556

อัตราค่าระวางสินค้าทางอากาศ

เส้นทาง (ภายในประเทศ)	น้ำหนักไม่เกิน 45 กิโลกรัม
ทุกจุดที่การบินไทยให้บริการ : กรุงเทพฯ เชียงใหม่ เชียงราย ภูเก็ต กระบี่ สุราษฎร์ธานี สมุย หาดใหญ่ อุบลราชธานี อุดรธานี ขอนแก่น	
บินตรง	3.50 บาท / กิโลกรัม
บินข้ามภูมิภาค	6.00 บาท / กิโลกรัม

หมายเหตุ :

- * ค่าระวางขั้นต่ำ 120 บาท / 1 AWB
- * สงวนสิทธิ์ขนส่งสินค้าเฉพาะ: สับปะรด ลำไย มะม่วง ส้ม มังคุด เงาะ และลองกอง เท่านั้น

สอบถามรายละเอียดการขนส่งสินค้าได้ที่

- | | |
|------------------------------------|--|
| คลังสินค้ากรุงเทพฯ โทร 02-1374521 | ฝ่ายขาย โทร 02-1374939 |
| คลังสินค้าเชียงใหม่ โทร 053-922356 | คลังสินค้าเชียงราย โทร 053-798242 |
| คลังสินค้าภูเก็ต โทร 076-351484 | คลังสินค้ากระบี่ โทร 075-701595 |
| คลังสินค้าหาดใหญ่ โทร 074-251032 | ตัวแทนขายสมุย โทร 077-801033 |
| ตัวแทนขายอุดรธานี โทร 042-243222 | ตัวแทนขายขอนแก่น โทร 043-245001 |
| ตัวแทนขายอุบลฯ โทร 045-245100 | ตัวแทนขายสุราษฎร์ฯ โทร 077-220777 , 077-273616 |





A STAR ALLIANCE MEMBER



ธันวาคมพาเที่ยว

บัตรโดยสารราคาพิเศษสำหรับเส้นทางภายในประเทศ

สำรองที่นั่งได้ตั้งแต่วันที่ - 25 ธ.ค. 56

และเริ่มขึ้นเดินทางได้ตั้งแต่วันที่ 1 - 25 ธ.ค. 56

เริ่มต้นที่
1,700
บาท*



*ราคาข้างต้นรวมค่าภาษีสนามบินแล้ว และเป็นราคาสำหรับการเดินทางเที่ยวเดียว เว้นไม่บัตรโดยสารเป็นไปตามข้อกำหนด

www.facebook.com/ThaiAirways



www.facebook.com/ThaiAirways



ฉลอง
f Thai Airways

400,000 LIKES



เพียงตอบคำถามผ่าน



<http://bit.ly/QuizWithTHAI>

ลุ้นรับ

iPhone 5s

1 รางวัล



และบัตรชมภาพยนตร์
Major Cineplex
40 รางวัล

วันนี้ - 15 ม.ค. 57

www.facebook.com/ThaiAirways

A STAR ALLIANCE MEMBER



ลัดฟ้าทั่วไทย

กับการบินไทย และการบินไทยสมายล์

เริ่มต้นที่ 1,300 บาท*



FLYING THAI
PROMOTION

ออกบัตรโดยสาร ตั้งแต่ วันที่ 16 มกราคม 2557 - 28 กุมภาพันธ์ 2557

เดินทาง ตั้งแต่ วันที่ 16 มกราคม 2557 - 28 กุมภาพันธ์ 2557

*ราคาบัตรโดยสารข้างต้น ยังไม่รวมค่าภาษีสนามบิน และ ค่าใช้จ่ายนอกราคาบัตร ในแต่ละเที่ยวบิน



thaiairways.com, thaismileair.com

A STAR ALLIANCE MEMBER

FANTASTIC THAILAND

เริ่มต้นที่

1,350*

บาท
ราคาต่อเที่ยว

กรุงเทพฯ เชียงใหม่ เชียงราย ขอนแก่น อุตรดิตถ์ อุบลราชธานี ภูเก็ต กระบี่ สุราษฎร์ธานี ทาจิใหญ่
ออกบัตรโดยสาร : วันนี้ - 31 มีนาคม 2557
เดินทาง : 1 มีนาคม - 31 มีนาคม 2557

thairways.com
thaismileair.com

THAI
Smile
ยิ้มให้ใคร่ การบริการที่แสนดี

ไทย
รักคุณเท่าฟ้า

*เงื่อนไขอื่นในหน้าค่าผ่าน

A STAR ALLIANCE MEMBER

SUMMERGETAWAY THAILAND

SUMMER HOLIDAY FARES
2014

1,350*

STARTING AT

THB
ONE-WAY

ALL-INCLUSIVE

BANGKOK CHIANG MAI CHIANG RAI KHON KAEN UDON THANI UBON RATCHATHANI
PHUKET KRABI SURAT THANI HAT YAI

Ticketing and Departure :
Now - 15 July 2014



thairways.com
thaismileair.com

THAI
Smile
Fly Smile with THAI Smile

THAI
Smooth as silk

* Terms and conditions apply.



The Family Day

Happy Songkran Festival 2014



Honoring Elders Day

Happy Songkran Festival 2014



CHANG MAI • CHIANG RAI

FARES RECOVERY

แอ่วสบายๆ เหนือสบายๆ

A STAR ALLIANCE MEMBER

เริ่มต้นที่ **1,600** บาท

เที่ยวเดียว

ราคาจริงสุทธิ

ออกบัตรโดยสารและเดินทาง :
วันนี้ - 15 กรกฎาคม 2557



thaiairways.com
thaismileair.com



*เงื่อนไขเป็นไปตามที่กำหนด

☎ 0-2356-1111 "Chiang Mai/Chiang Rai Recovery Fares"

กับการบินไทย

ไทยเที่ยวไทย FARES

กับการบินไทยสมายล์

สนุกทั่วไทย ราคาสุดคุ้ม

A STAR ALLIANCE MEMBER

เริ่มต้นที่ **1,250** บาท

เที่ยวเดียว

ราคาจริงสุทธิ

เริ่มต้นที่ **1,200** บาท

เที่ยวเดียว

ราคาจริงสุทธิ

ไทยเที่ยวไทยกับการบินไทย

กรุงเทพฯ • เชียงใหม่ • สุราษฎร์ธานี • ภูเก็ต • นครศรีธรรมราช • เชียงราย • ขอนแก่น • อุดรธานี • ร้อยเอ็ด • กาฬสินธุ์

ไทยเที่ยวไทยกับการบินไทย

กรุงเทพฯ • เชียงใหม่ • สุราษฎร์ธานี • ภูเก็ต • นครศรีธรรมราช • เชียงราย • ขอนแก่น • อุดรธานี • ร้อยเอ็ด • กาฬสินธุ์

ออกบัตรโดยสาร : วันนี้ - 7 ก.ย. 57

การบินไทย เดินทาง : 18 ก.ย. - 30 ก.ย. 57

ไทยสมายล์ เดินทาง : 18 ก.ย. - 25 ต.ค. 57



thaiairways.com
thaismileair.com



*เงื่อนไขเป็นไปตามที่กำหนด

☎ 0-2356-1111 ไทยเที่ยวไทย 2557 การบินไทย ไทยเที่ยวไทย 2557 การบินไทย

A STAR ALLIANCE MEMBER

การบินไทย
ไทยเที่ยวไทย
FARES
 การบินไทยมาหา

สนุกทั่วไทย
ราคาสุดคุ้ม

เริ่มต้นที่ **1,250*** บาท
 เที่ยวเดียว
ราคารวมสุทธิ

ไทยเที่ยวไทย
กับการบินไทย
 กรุงเทพฯ • เชียงใหม่ • เชียงราย • ขอนแก่น
 ภูเก็ต • นครศรี • หาดใหญ่

เริ่มต้นที่ **1,200*** บาท
 เที่ยวเดียว
ราคารวมสุทธิ

ไทยเที่ยวไทย
กับไทยสมายล์
 กรุงเทพฯ • เชียงราย • สุราษฎร์ธานี • อุบลราชธานี
 สุราษฎร์ธานี • นครศรี • ภูเก็ต
 ภูเก็ต • เชียงใหม่

ออกบัตรโดยสาร : วันนี้ - 7 ก.ย. 57
 การบินไทย เดินทาง : 18 ก.ย. - 30 ก.ค. 57
 ไทยสมายล์ เดินทาง : 18 ก.ย. - 25 ต.ค. 57

thaiairways.com
thaismileair.com

THAI Smile Fly Smart with THAI Smile

ไทย รักคุณเท่าฟ้า

*เงื่อนไขเป็นไปตามที่ทางหนด ☎ 0-2356-1111 ไทยเที่ยวไทย 2557 การบินไทย ไทยเที่ยวไทย 2557 กับไทยสมายล์

AMAZING THAILAND GRAND SALE 2014
 15 JUNE – 30 SEPTEMBER 2014

Enjoy special fare to Thailand to grab a handful of joy at Amazing Thailand Grand Sale 2014

THAI Smooth as silk

VISA

[READ MORE](#)

A STAR ALLIANCE MEMBER

**YOU'RE EVERY REASON...
 BEHIND OUR SUCCESS.**

THAI Smooth as silk
thaiairways.com



ภาคผนวก ง
- การนำเสนอผลงานศิลปะ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การนำเสนอผลงานศิลปะ

จากผลการศึกษาได้ถูกนำมาแปลงเป็นผลงานศิลปะ เพื่อจัดแสดงในงานนิทรรศการงานศิลปะ There are so many reasons to be... เป็นงานแสดงผลงานศิลปะของนักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ ที่ได้จัดแสดงไปเมื่อวันที่ 26-27 กรกฎาคม 2557 ณ Minimal ชอย 13 ถนนนิมมานเหมินท์ อ.เมือง จ.เชียงใหม่

there are
so
MANY
[REASONS]
to be...

white white
blurred
thainess
around
send
history

เหตุผลที่แสดงถึงโลกของมนุษย์
พฤติกรรมมนุษย์ บริโภคนิยม
รวมไปถึงค่านิยม
ในระดับที่เท่ากันในชีวิตประจำวัน
ของมนุษย์ นอกจากนี้
ซึ่งเป็นแก่นของความหลากหลาย
ของเหตุผลในสังคมปัจจุบัน
โดยอิงงานที่อยู่บนความนิยม
และวิถีปฏิบัติของสังคมที่เรา
คุ้นเคยจนไม่เคยตั้งคำถามและ
ไม่เคยรับรู้เหตุผลถึงความ
เลือนลางอันหลากหลาย
ของสิ่งที่อยู่รอบตัวเรา.

26 - 27 July 2014
minimal
242, NIMMAN HEMINTH RD. 13
MOJO, CHANGMAI 52000


White
there are so many reasons to be white white
จุดเด่นที่เห็นได้ชัดถูกปรากฏโดยภาพแทน
ที่ทุกคนปรารถนาไม่ถูกคว่ำให้โดยเชิงการครอบครองด้วย
ผลลัพธ์ของกายอันรับจากสังคมอันอยู่ภายใต้กรอบที่
ผลิตขึ้นของมายาคติที่ฝังตัวแต่เดิมกับด้วยวิถีชีวิตที่รื้อ
การรังสรรค์เพื่อเป็นวิถีการถูกมองที่สมบูรณ์ที่สุดคน
ที่ปรารถนาครอบครองจึงเกิดความต้องการบริโภค
สัญลักษณ์และความเป็นวัตถุในระบบบริบทที่โดยองค์การ
เสวนิตติและยากต่อการแยกแยะความสมบูรณ์แห่งตัวตน
จากการปรุงแต่งวัตถุ

Take 1
There are so many reasons to be blurred
สังคมไทยมีโครงสร้างที่ซับซ้อนคลุมเครือ สิ่งที่เป็นว่า
ลวงจน มันทรงบิดเบือน ไร้ความหมายชัดเจน
ความจริง ราวกับโลกมายาโลกจริงเสียดสีหากแต่มอง
การเมืองเสมือนการผสมผสานกันอย่างเข้าตัวกับ
คลาสิค มีคือจริงนั้นคือหลอกลวงอยู่ในชีวิตประจำวัน
จนกลายเป็นค่านิยมของกันและกันในสังคมไทยสมัยใหม่

Thai Thai
There are so many reasons to be Thainess
"ความเป็นไทย" ความคงทนวิจิตรบรรจงและสูงส่ง
เป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจมากกว่าการมีชนชาติที่องค์การ
สร้างความเป็นไทยที่ การมีจุดยืน การมีเอกลักษณ์ของ
ตนเองทำให้ "ความเป็นไทย" กลายเป็นกลยุทธ์ของการ
โฆษณาของหลายๆ องค์กรแต่ด้วยความเป็นไทยแท้
แบบดั้งเดิมจึงตกต่ำถึงขีดจำกัด เริ่มเมื่อ
จึงเรียกร้องหาความเป็น "ไทย" คือสิ่งที่ไม่เคย
ถูกมองว่าเป็นตัวตนของความเป็นไทยหรือสิ่งที่คนไทย
ควรจะมีก่อนหน้า กลับกลายเป็นที่ยอมรับขึ้นมา

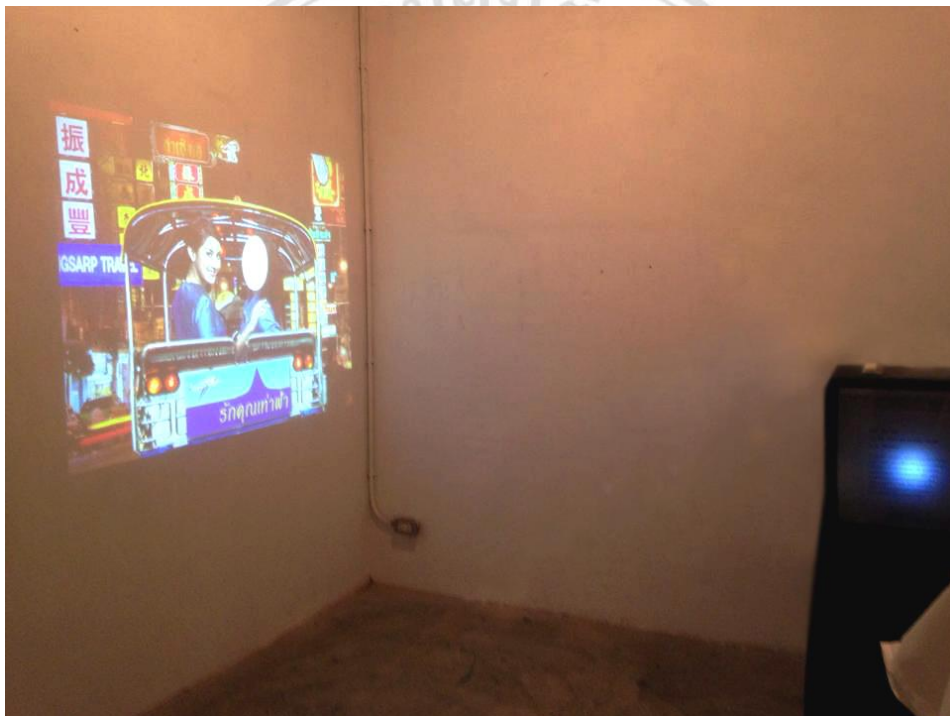
Love is all around
There are so many reasons to be around
การเคลื่อนไหวที่แทบจะนิ่งไปสักพักหนึ่ง
ที่ยังมีกฎของการผลิตเปลี่ยนอย่างไม่หยุดยั้ง
ร่ายล้อมด้วย อากาศ ลม และแสงแดดในวิถีชีวิตที่
ต่างออกไปเล่าเรื่องราวที่ส่งผ่านกันด้วยความรู้สึก
ที่คุ้นเคย ความรู้สึกที่ฝังแน่นจนกลายเป็น "ความรัก"
อารมณ์ที่อธิบายด้วยตัวอักษรได้ไม่เท่ากับประสบการณ์
การแยกแยะของของอารมณ์และเหตุผลที่แยก
จากกันตรงด้วยตัวอักษรอันเป็นรูปแบบความรู้สึกรู้
ที่ส่งผ่านารมณ์อันบอกอารมณ์ความรู้สึกที่ต่าง
ไม่เคยห่างหายไปไหนและไม่เคยจากไกลแม้ชั่ววินาทีเดียว

Send your feelings. Send stickers.
There are so many reasons to be send
วัฒนธรรมทางสายตาเข้ามาบนเวทีในชีวิตประจำวัน
ที่เต็มไปด้วยความรวดเร็ว รื่นเริง ของสังคมเมือง
ภาพจึงถูกทำให้ปรากฏและถูกใช้ในชีวิตประจำวัน
ในการสื่อสารกับผู้คนผ่านแบรนด์ที่สร้างสรรค์จึงได้นำ
โยเยเยยมีเดียที่ควบคู่ไปด้วยจากการสื่อสารด้วยภาพ
และการสนทนาซึ่งก็คือสื่อแบบอิเล็กทรอนิกส์ที่เร
รวดเร็วทันใจยุคใหม่ ด้วยการใช้เทคโนโลยีที่เร้าใจ
สติ๊กเกอร์แบรนด์ที่สร้างสรรค์เข้าสู่การใช้งานบนบน
ของอุปกรณ์สื่อสารที่สร้างสรรค์ด้วยสติ๊กเกอร์ การจดจำ
ความคิด พฤติกรรมและความคิดที่ให้กับแบรนด์สติ๊กเกอร์
อย่างไร้รู้ตัว

History city of life
There are so many reasons to be history
ความสัมพันธ์ระหว่างโบราณสถานกับคนในชนบท
ตั้งแต่ในอดีต จนถึงปัจจุบัน ทำให้เมืองเชียงใหม่
เป็นเมืองที่มีการท่องเที่ยวแบบบูรณาการระหว่าง
นักท่องเที่ยวกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน
เพื่อการสื่อสารประวัติศาสตร์ไว้อยู่ในสิ่งที่ให้
ตอบสนองและมีประโยชน์กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมา
การท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการท่องเที่ยว
และการรับรู้เรื่องราวอันเป็นไปในทุกสิ่งอย่าง
เรื่องราวและความเป็นเอกลักษณ์ที่เป็นที่ดึงดูดใจต่อไป

คู่มือจัดงานนิทรรศการศิลปะ
ในงานนิทรรศการศิลปะ There are so many reasons to be...
ณ Minimal วันที่ 26-27 กรกฎาคม 2557

โดยงานชิ้นนี้มีชื่อว่า There are so many reasons to be “Thainess”. หรือ ไทยๆ ซึ่ง “ความเป็นไทย” ความงดงามวิจิตรตระการตาและสูงส่งเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจ บวกกับการโฆษณาที่ต้องการสร้างความแตกต่าง การมีจุดยืน การมีเอกลักษณ์ของตนเอง ทำให้ “ความเป็นไทย” กลายเป็นกลยุทธ์ของการโฆษณาของหลายๆ องค์กร แต่ด้วยความเป็นไทยแท้แบบดั้งเดิมที่งดงามแต่เข้าถึงยาก ทำให้คนเริ่มเบื่อบ้างจึงเรียกร้องหาความเป็น “ไทยๆ” คือ สิ่งที่ไม่เคยถูกมองว่าเป็นตัวแทนของความเป็นไทยหรือสิ่งที่คนไทยควรจะมีใจมาก่อน กลับกลายเป็นสิ่งที่ยอมรับขึ้นมา



ภาพรวมของงานศิลปะ “ไทยๆ”
ในงานนิทรรศการศิลปะ There are so many reasons to be...
ณ Minimal วันที่ 26-27 กรกฎาคม 2557
ลิขสิทธิ์ © by Chiang Mai University
All rights reserved



ภาพรวมของงานสื่อศิลปะ “ไทยๆ”

ในงานนิทรรศการศิลปะ There are so many reasons to be...

ณ Minimal วันที่ 26-27 กรกฎาคม 2557

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

- ชื่อ-นามสกุล นางสาวณัฐรี เจนจัด
- วัน เดือน ปี เกิด 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2531
- ประวัติการศึกษา สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนดาราวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2549
สำเร็จการศึกษานิเทศศาสตรบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพายัพ
ปีการศึกษา 2553



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved