



บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- บทกวีแก้ว ตั้งมณี. ภาพลักษณ์เด็กไทยในโฆษณารโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.
- วรายศิลา เชี่ยวชาญพิทักษ์. การจัดสรรเวลาโฆษณาสินค้าของสถานีโทรทัศน์ในกรุงเทพมหานครกับการส่งเสริมความนิยมไทย. เอกสารประกอบการวิจัยเสนอที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร, 2527. (อัดเสานา)
- ทวรัตน์ เชิดชัย. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร : บริษัทกรรมการพิมพ์, 2527.
- เตชะ บุญยะชัย. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรระดับราคาปานกลางของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2518.
- ทิพย์กัญ กิ่งสุวรรณ. การวางตำแหน่งสินค้าเมนูเอชทีในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529.
- นราพร ณ นคร. อิทธิพลของชื่อการค้าและคุณภาพของเบียร์ต่อพฤติกรรมการเลือกดื่มของผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาจิตวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2518.
- นพรัตน์ วงษ์กลุฑ. โฆษณาทางโทรทัศน์กับบทบาทและสถานภาพของสตรีไทย. ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2530.
- นพรัตน์ ศรีประชุม. การวิเคราะห์ความสนใจของนิสิตที่มีต่อรายการโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาโสตทัศนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2512.
- นันท์รัตน์ อยู่พล. ทัศนคติของชาวกรุงเทพมหานครต่อการโฆษณาทางวิทยุผ่านสื่อมวลชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2531.

ประมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2533.
 หนา ทงมีอาคม. คุณประโยชน์ของโฆษณาที่รัฐบาลพึงตระหนัก. นิเทศสาร. 5 (1) :
 45-48.

..... . กรีเอทีพออย่างไรให้เด็กดู. ในรายงานการสัมมนาเรื่อง "เด็กกับการโฆษณา".
 หนา 46-54. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
 2533. (อัดสำเนา)

พรชัย ปิยะ เกศิน. ทัศนคติของผู้บริโภคเครื่องดื่มชูกำลังในเขตกรุงเทพมหานคร.
 วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
 มหาวิทยาลัย, 2527.

"โปกส์ธุรกิจ." และ "เปิดมุมมองโฆษณาปี 2536." คู่แข่ง. 14 (102) (มีนาคม 2537) :
 32, 216-222.

"เรื่องของนม นม นม." ผู้บริโภค. 1 (8) (พฤศจิกายน 2527) : 57-69.

"วิจัยพฤติกรรมเด็กกลุ่มอายุ 5-14 ปี." คู่แข่ง. 14 (ฉบับพิเศษ) (ตุลาคม 2536) :
 59-132.

วิระพล สุวรรณันต์ และ จุมพล วงศ์ทองสวรรค์. สิทธิมนุษยชน : สิทธิผู้บริโภค.
 เอกสารประกอบการวิจัยเสนอที่สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. กรุงเทพมหานคร,
 2528. (พิมพ์ดีด)

สุนิมิตร ประทีปเสน. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสารโฆษณาส่งเสริมสังคมทางโทรทัศน์
 กับพฤติกรรมผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์
 บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

สุพจน์ กุลปรารังทอง. การศึกษาพฤติกรรมเกี่ยวกับการซื้อนิตยสารสตรีของสตรีไทยในเขต
 กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529.

สุภัตรา สิริมังคะลา. บทบาทและสถานภาพของผู้หญิงในงานโฆษณาโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์
 ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
 2535.

- สุรพงษ์ โรธนะเสถียร. โฆษณากับการวิจัย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- สิทธิชัย ตันตระโอมระ. การศึกษาพฤติกรรมของครอบครัวที่มีต่อการบริโภคเครื่องดื่มขนิษฐรรวมคา
ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการบริหารธุรกิจ
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.
- เสรี วงษ์มณฑา. ความหมายและวัตถุประสงค์ของการโฆษณา. การบริหารการตลาด.
นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2531.
- _____ . การวิจัยสำหรับนักโฆษณา. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ดอกหญ้า, 2535.
- อนันต์ จันทรกุล. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2521.
- "อิทธิพลโฆษณาเกาะเกาะใจเด็ก 58 โรงเรียนให้เลือกซื้อสินค้าของตัวเอง." คลังสมอง.
8 (21) (มิถุนายน-กรกฎาคม 2533) : 104.

ภาษาอังกฤษ

- Alex S. Tan. Mass Communication : Theories and Research. New York :
Macmillan Publishing Company, 1986.
- Coopersmith, S. The antecedents of self-esteem. Sanfrancisco : W.H.
Freeman, 1976.
- Elkind, D. & Weiner, I.B. Development of the child. New York :
Wiley, 1987.
- Graves, A.J. "Attainment of mass weight and volume in minimally
educated adults." Development Psychology. 1972, 7, 223.
- John S. Wright and Danisl S. Warner. Advertising. (3rd ed.) New
York : Mc-Graw, Hill Book, 1966.
- John L. Rossiter. "Source Effects and Self-Concept Appeals in
Children's Television Advertising." in The Effects of
Television Advertising on Children. Torouto : Lexington
Books, 1980.

- Laurence Krashy Meringoff. "The Effect of Children's Television Food Advertising." in The Effect of Children's Television Advertising on Children. Toronto : Lexington Books, 1980.
- Mandell, Maurice I. Advertising. (4th ed.) New Jersey : Prentice Inc., 1984.
- McQuail D. Mass Communication Theory. (2nd ed.) Bristo : Sage Publications, 1987.
- Merton Roberthing. Social Theory and Social Structure. Illinois : Free Press, 1957.
- Thomas A. Stuardt. and Donald A. Taylor. A Managerial Introduction to Marketing. New Jersey : Prentice-Hall Inc., 1970.
- Thomas S. Robertson. and John R. Rosister. Children and Commercial Persuasion : An Attribution Analysis. in The Effects of Television Advertising on Children. Massachusettes : Lexington Book D.C. Health and Company, 1982.

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

5. อาชีพผู้ปกครอง

1. รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ
2. บริษัทเอกชน
3. ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว
4. รับจ้างทั่วไป
5. อื่น ๆ

6. ค่าใช้จ่ายประจำวัน

- | | |
|-------------------|----------------|
| 1. ต่ำกว่า 20 บาท | 2. 21 - 40 บาท |
| 3. 41-60 บาท | 4. 61-80 บาท |
| 5. 80 บาทขึ้นไป | |

7. ลักษณะการใช้จ่าย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|----------------|----------------|
| 1. ค่าอาหาร | 2. ค่าขนม/น้ำ |
| 3. ค่ารถ | 4. ซื้อการ์ตูน |
| 5. ซื้อของเล่น | 6. อื่น ๆ |

ส่วนที่ 2 การเปิดรับสื่อโทรทัศน์ การเปิดรับสารโฆษณาสินค้าทางโทรทัศน์
และการระลึกและจดจำได้

8. นักเรียนดูโทรทัศน์กี่ครั้งใน 1 สัปดาห์

- | | |
|--------------------|--------------------|
| 1. นาน ๆ ครั้ง | 2. 1-2 วัน/สัปดาห์ |
| 3. 3-4 วัน/สัปดาห์ | 4. 5-6 วัน/สัปดาห์ |
| 5. ทุกวัน | |

9. ในแต่ละครั้ง นักเรียนใช้เวลาดูโทรทัศน์นานเท่าไร

- | | |
|-----------------------------|----------------------------|
| 1. น้อยกว่า 1/2 ชั่วโมง/วัน | 2. 1/2-1 ชั่วโมง/วัน |
| 3. มากกว่า 1-2 ชั่วโมง/วัน | 4. มากกว่า 2-3 ชั่วโมง/วัน |
| 5. มากกว่า 3 ชั่วโมง/วัน | |

10. เวลาที่มีโรจนาคัดรายการนักเรียนมักจะ
1. ดูทุกโรจนาคัด
 2. ดูเฉพาะที่ชอบ
 3. เปลี่ยนสถานี/ไม่ดู
11. นักเรียนดูโรจนาคัดรายการน้อยแค่ไหน (เท่าที่จำได้)
1. น้อย
 2. ปานกลาง
 3. มาก
12. นักเรียนดูโรจนาคัดรายการประเภทแนวทางโทรทัศน์บ่อยเพียงใด
1. นาน ๆ ครั้ง
 2. 1-2 วัน/สัปดาห์
 3. 3-4 วัน/สัปดาห์
 4. ทุกวัน
13. นักเรียนจำและทบทวนเรื่องราวของโรจนาคัดรายการประเภทแนวทางโทรทัศน์ได้มากน้อยเพียงใด
1. ไม่ได้เลย
 2. ปานกลาง
 3. มาก
14. ระบุชื่อโรจนาคัดรายการประเภทแนวทางโทรทัศน์ที่นักเรียนจำได้
1. _____
 2. _____
 3. _____
 4. _____
 5. _____

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการบริโภคสินค้าประเภทนมและเหตุผลที่บริโภคนม

15. หลังจากดูโรจนาคัดรายการประเภทแนวทางโทรทัศน์แล้ว นักเรียนมีพฤติกรรมการบริโภคสินค้าประเภทนมเป็นอย่างไร
1. ไม่ดื่ม/ไม่บริโภคเลย
 2. ลดลงกว่าเดิม
 3. ตามปกติ
 4. บ่อยครั้งมากขึ้น
16. รดนมปกตินักเรียนดื่มนมมากน้อยแค่ไหน
1. ทุกวัน
 2. ไม่ทุกวัน
 3. ไม่ดื่ม