

รายการอ้างอิง



ภาษาไทย

กิ่งพร ทองใบ. ตลาดและพฤติกรรมการณ์ซื้อ, เอกสารประกอบการสอน  
ชุดวิชาการบริหารการตลาด. นนทบุรี : โรงพิมพ์วิทยาลัยสุโขทัย-  
ธรรมมาธิราช, 2531.

กุลทรัพย์ อาลี. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสารโฆษณาสินค้าประเภท  
นมทางโทรทัศน์กับพฤติกรรมการณ์บริโภคสินค้าประเภทนมของเด็ก  
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์  
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

กลุ่มเภสัชกรจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. ศึกษาหาสื่อที่มีความเหมาะสมเพื่อ  
ใช้ในการอบรมให้ความรู้ทางด้านยาแก่ผู้บริโภค. เอกสารประกอบ  
การวิจัย, 2534.

ขวัญเรือน กิตติวัฒน์, แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์สื่อสาร,  
นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2531.

คณะกรรมการอาหารและยา, สำนักงาน. โครงการรณรงค์ความรู้ด้าน  
อาหารและยา. คู่มือวิทยากร กองวิชาการ กระทรวงสาธารณสุข  
กรุงเทพฯ, 2533 : 158-160



คณะกรรมการอาหารและยา, สำนักงาน. คำเตือนการใช้ยาบรรเทา-

ปวดคลดไข้. คำชี้แจงสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

กระทรวงสาธารณสุข, 2525.

เคล็ดลีลิกนุตา หาญกล้าล้มช้าง ตลาดยาบรรเทาหวัด. มีเดีย ปีที่ 9, 101

(พฤศจิกายน 2535) : 105-108.

จันทร์เพ็ญ วิรัตน์. พฤติกรรมการใช้ยาของคนจน สังคมศาสตร์การแพทย์

ปีที่ 3 ฉบับที่ 4 (มกราคม-มีนาคม) 2525.

จำเนียร ช่วงโชติ และคณะ. จิตวิทยาการเรียนรู้ กรุงเทพฯ :

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2516.

ใจชนก บุระณะดิช, อิทธิพลของโทรทัศน์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่อง

ดื่มบำรุงกำลังของพนักงานการทำเรือแห่งประเทศไทย เขตคลองเตย

กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และ-

สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.

ฉายศิลป์ เชี่ยวชาญพิพัฒน์. การจัดสรรเวลาโฆษณาสินค้าของสถานีโทรทัศน์

ในกรุงเทพมหานครกับการส่งเสริมความนิยมไทย. เอกสารประกอบ

การวิจัยเสนอที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ : 2527

(อัครสาเนา)

ชวรัตน์ เชิดชัย, ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ :

บริษัทการพิมพ์, 2527.

ชัยยงค์ พรหมวงศ์. หลักการสื่อสารประสิทธิผล. กรุงเทพฯ : รุ่งศิลป์-

การพิมพ์, 2527.



- ชเนฏฐ วัลลก ขุมทอง. สถานการณ์ทางเศรษฐกิจของการบริโภคนา  
ในไทย เอกสารประกอบการสัมมนาปัญหาการใช้ยาของชุมชน.  
ศูนย์สารนิเทศจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 20 ตุลาคม 2526.
- เดชพันธุ์ ประวิชัย. โฆษณาไม่ใช่นยาวิเศษ. มีเดีย 7 (พฤศจิกายน 2533)  
: 120-121.
- ตลาดยาปี 37 ร.พ.เพ็ญ O.T.C. พบ. คู่แข่ง ปีที่ 15, 175  
(ธันวาคม 2537) : 13-21
- ตลาดยาหมื่นสามพันล้าน เจ็อนแตก. คู่แข่ง ปีที่ 11, 122 (พฤศจิกายน  
2533) : 241-276
- ตลาดยาใกล้จุดเดือด แนวโน้มสู่บรรจุเสร็จเพื่อโฆษณา. มีเดีย ปีที่ 6, 60  
(มิถุนายน 2532) : 144-146
- ทศพล ฤทธิ์เศรษฐ์ และคณะ. อิทธิพลของข้อมูลการโฆษณาต่อความเข้าใจ  
ของผู้บริโภค. รายงานประกอบการเรียนการสอนวิชาเภสัชสาธารณสุข  
คณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์. ลักษณะทางสังคมของการบริโภคนาในประเทศไทย.  
สังคมศาสตร์การแพทย์ ปีที่ 3 ฉบับที่ 1 (ตุลาคม-ธันวาคม) 2523.  
57-71
- ธานี เจตจันทร์ประภา. ประโยชน์ของการโฆษณาที่มีต่อผู้บริโภค นิเทศสาร  
ปีที่ 7 ฉบับที่ 4 (มีนาคม 2522). 52-53
- นราพร ณ นคร. อิทธิพลของชื่อการค้า และคุณภาพของเบียร์ต่อพฤติกรรมการ  
เลือกดื่มของผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาจิตวิทยา  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2518



นิตยา เกียรติยิ่งอังสุลี และวิทยา กุลสมบูรณ์. การสื่อสารด้านยาและสภาพ  
ปัญหาในประเทศไทย. เอกสารประกอบการวิจัยเรื่อง สื่อสาร  
อย่างไร ให้เกิดการใช้อย่างเหมาะสม วิทยาลัยการสาธารณสุข  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537 : 45-54

ประมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : รุ่งเรืองการพิมพ์,  
2529

ประภาพรรณ อุ่นอบ. ผลของการโฆษณาทางโทรทัศน์เรื่อง ตาวิเศษ ที่มีผล  
ต่อพฤติกรรมกาทั้งขยะของนักเรียนประถมศึกษาตอนต้น.  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,  
2529

ประภาเพ็ญ สุวรรณ. ทัศนคติ : การวัด การเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรม  
อนามัย. กรุงเทพฯ : คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล,  
2526

ปิยกุล เลาว์ฉวีศิริ. การสร้างสรรคและผลิตสิ่งโฆษณา. นนทบุรี :  
โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2530

พรชัย ปิยะ เกติณ. ทัศนคติของผู้บริโภคเครื่องดื่มชูกำลังในเขตกรุงเทพมหานคร  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527

พลชาติ ไกรบุญ. หลักการและกลยุทธ์ในการโฆษณาและส่งเสริมการขาย.  
วารสารเพิ่มผลผลิต 26 (เมษายน-พฤษภาคม 2527), 23

พัชรา กาญจนรัมย์. การใช้อย่างแก้ไข้แก้ปวดในเกษตรกรไทย.  
ภาควิชาพลศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526



พีระ จิระโสภณ. หลักและทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. นนทบุรี : โรงพิมพ์-  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529

เพ็ญจันทร์ ประดับมุข. สังคมวัฒนธรรมของการใช้สมุนไพรร. ศูนย์ศึกษา-  
นโยบายสาธารณสุข คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์  
มหาวิทยาลัยมหิดล, 2534

ภักดี โพธิศิริ. ปัญหาการติดยาแก้ปวดลดไข้ หรือยาอื่น ๆ ใน (กรรมกร)  
โรงงานอุตสาหกรรม. เอกสารประกอบการวิจัย สำนักงาน-  
คณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข กรุงเทพฯ, 2527  
มองตลาดยาแก้ปวด บุคไร้คาเพื่อน, คู่แข่ง ปีที่ 12 ฉบับที่ 140  
(มิถุนายน 2535) : 66-68

มองภาพ 12 ปีที่ผ่านมาของตลาดยาในไทย. คู่แข่ง ปีที่ 13 ฉบับที่ 145  
(ตุลาคม 2535) : 68-77

ยาแก้ปวด ความเจ็บปวดของคนไทย หมอชาวบ้าน ปีที่ 12 ฉบับที่ 143  
(มีนาคม 2534) : 24-34

บุบล เบ็ญจรงค์กิจ. เอกสารการสอนชุดวิชาการสร้างสรรคและผลิตสิ่งโฆษณา.  
นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2530

โยธิน คັນสนยุทธ. จิตวิทยา กรุงเทพฯ : ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ, 2533

ระวีวรรณ ประกอบผล. อิทธิพลของการโฆษณาต่อการบริโภคยา. เอกสาร  
ประกอบการสัมมนาปัญหาการใช้ยาของชุมชน ศูนย์สารนิเทศ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 20 ตุลาคม 2526

เรวดี วงศาโรจน์. เรื่องเกี่ยวกับยา วารสารของกรมวิทยาศาสตร์  
การแพทย์, 2519



- ลักขณา สรีวัฒน์. จิตวิทยาเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2509
- ลือชัย ศรีเงินยวง และบุษบา มีพร. ผลกระทบของการถอนยาแก้ปวดผสมคาเฟอีน ต่อพฤติกรรมการใช้ยาของคนไทย : ข้อพิจารณาเชิงสังคมวัฒนธรรม. รายงานการวิจัย ศูนย์ศึกษานโยบายสาธารณสุข คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2534
- วาสนา อารมย์เสรี. คนดั่งเนื้อหอม ลินค้ำรุ่มตอมจับเป็นฟรีเซ็นเตอร์. มีเดีย 7 (มกราคม 2534) : 92
- วชิยา ธูกลิ่น. การรับข่าวสารเกี่ยวกับยาฆ่าแมลงจากสื่อมวลชนของพนักงานขับรถบริษัทขนส่ง จำกัด (บขส.) วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2535
- วิไลวรรณ ขนิษฐานันท์. ลักษณะภาษาไทยที่ใช้ผ่านสื่อมวลชนโทรทัศน์. รายงานการวิจัย : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2537
- วีระพล สุวรรณนันต์ และจุมพล วงศ์ทองสวรรค์. สิทธิมนุษยชน : สิทธิผู้บริโภค. เอกสารประกอบการวิจัย เสนอที่สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. กรุงเทพฯ, 2528. (พิมพ์ดีด)
- วีระพันธ์ สุพรรณไชยมาตย์ และคนอื่น ๆ. การเจ็บป่วยและการรักษาของสมาชิกครัวเรือนเกษตรกร. รายงานการวิจัย ศูนย์ประสานงานทางการแพทย์และสาธารณสุข กระทรวงสาธารณสุข, 2528
- วุฒิชัย จำนงค์. พฤติกรรมการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2533



ศิริโสภาคย์ บุรพาเดชะ. จิตวิทยาเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : คณะพาณิชยศาสตร์

และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532 (93-95)

สงวน สุทธิเลิศอรุณ. จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ : ทิพย์วิสุทธิ์, 2532

สมฤดี ฉายแสงมงคล. พฤติกรรมการใช้ยาของลดไข้ แก้วปวดชนิดผง ของ

ผู้ใช้แรงงานภายหลังมีคำสั่งตัดค่าเฟ้ออื่น ออกจากสูตรตำรับ กรณีศึกษา

ในชุมชนฟ้ารดโส จ.เชียงใหม่. ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย-

เชียงใหม่, 2538

สรุปรงบโฆษณา ปี 99 นุตามาวัน. คู่แข่ง ปีที่ 12, 136 (มกราคม 2535) :

80-84

สารภี สีประเสริฐ. พฤติกรรมการใช้ยาแก้ปวดในประชากรวัยแรงงานใน

ชนบท : กรณีศึกษาตำบลด่าน อำเภอนนไทย จังหวัดนครราชสีมา.

รายงานการวิจัย, 2530

สำลี ใจดี และคนอื่น ๆ. พฤติกรรมการใช้ยาสูตรเอพี. ไทยเภสัชสาร.

ปีที่ 5 (1) 2523 : 57-59

สุชา จันทรเอม. จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2531

สุธีร์ รัตนาคินทร์. เขาทำหนังสือโฆษณากันอย่างไร. นิเทศสาร

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, (มิถุนายน 2521)

สุนันทา ตูลยธัญ. บทบาทของบริษัทโฆษณากับการพัฒนาสุขภาพอนามัยของ

ประชาชน. เอกสารประกอบการวิจัยเรื่อง สื่อสารอย่างไรให้เกิด

การใช้ยาอย่างเหมาะสม วิทยาลัยการสาธารณสุข จุฬาลงกรณ์-

มหาวิทยาลัย, 2537 : 37-44



- สุนิมิต ประทีปเสน. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสารโฆษณาส่งเสริม  
สังคมทางโทรทัศน์ กับพฤติกรรมผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์ปริญญา-  
มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์-  
มหาวิทยาลัย, 2535
- สุทัศน์ วีระเวชเจริญชัย. ยาและสิ่งเสพติดให้โทษ. กรุงเทพฯ :  
ไทยวัฒนาพานิช, 2533
- สุพัศตรา ชาติบัญชาชัย และคนอื่น ๆ. แหล่งที่ให้ข้อมูลและการตัดสินใจใน  
การใช้ยาของประชาชนในชนบท ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ : กรณี  
ศึกษา 4 หมู่บ้าน. สถาบันวิจัยพัฒนา มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2533
- สุพิณ ปัญญามาก. เอกสารการสอนชุดวิชาหลักการโฆษณาและการ-  
ประชาสัมพันธ์. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช,  
2529
- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์  
เอกสารการสอนชุดวิชาหลักการสื่อสารมวลชนเบื้องต้น. นนทบุรี :  
โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529
- เสรี วงษ์มณฑา. เอกสารการสอนชุดวิชาหลักการโฆษณา และการ-  
ประชาสัมพันธ์. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช,  
2532
- \_\_\_\_\_. โฆษณา : เมื่อมองสองแฉกขยาย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2528
- โสภา ชูพิกุลชัย. จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2521



- องอาจ ปทะวานิช. การบริหารและการควบคุมทางการตลาดของธุรกิจขนาด  
ย่อม. เอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารธุรกิจขนาดย่อมและการ  
ค้าปลีก. กรุงเทพฯ : กิ่งจันทร์การพิมพ์, 2533
- อรรถพร เรียบรณาวรร. บทบาทของโทรทัศน์ในการพัฒนาเศรษฐกิจและการ  
ศึกษา. นิเทศสาร 5 (กุมภาพันธ์ 2520) : 117
- อรรวรรณ หุ่นดี. ยาและสิ่งเสพติดให้โทษ. กรุงเทพฯ : อักษรบัณฑิตการพิมพ์,  
2529
- อวยพร พานิช. การใช้ภาษาในการโฆษณา. เอกสารประกอบการสอน  
ชุดการสร้างสรรคและผลิตสื่อโฆษณา. นนทบุรี : โรงพิมพ์  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2530
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : คณะพาณิชยศาสตร์  
และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533
- อาภา จันทรสกุล. จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ : ศรีสงวนการพิมพ์, 2526
- อารยา ศุพุทธมงคล. พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารโฆษณาเกี่ยวกับ  
สิ่งแวดล้อมของสื่อโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร :  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์  
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534
- อำรุง จันทวานิช. สถิติประยุกต์สำหรับนักวิจัย 2. กรุงเทพฯ :  
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2522 (อัดสำเนา)
- อินทริยา อินทพันธ์. กระบวนการตัดสินใจในการใช้ยาแก้ปวดชนิดของของ  
คนวัยทำงาน : กรณีศึกษาในชุมชนสดใส อ.เมือง จ.ลำพูน.  
วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2535



อุติชชา ชุคบุญธรรม. ความสัมพันธ์ระหว่างการรับข่าวสารกับความเชื่อ  
ทางสุขภาพของผู้เข้าร่วมโครงการเลิกสูบบุหรี่ของสำนักอนามัย.  
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการ  
ประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาษาอังกฤษ

Adams, Charles F. Commonsense in Advertising.

New York : Mc-Graw - Hill Book Co., 1955

Brown, G. Brand. Loyalty - fact or fiction?

Advertising Age 23 (June 1952) : 53-55

Donohew, Lewis., Tipton., Leonard, and Harey, Roger,

Analysis of Information - Seeking Strategies.

Journalism Quarterly. 55 (1978) : 26

Koltler, Philip. Market Management. 3 rd ed, London :

Prentice Hall Inc., 1976.

Mandell, Maurice I. Advertising. (4 th.ed). New Jersey :

Prentice - Hall Inc., 1984

Matthews, J.B., Buzzell, R., Levitt, T., and Frank, R.E.

Marketing : An introductory analysis. New York

Mc-Grow - Hill Book, 1962

Owen, Steven V., Froman, Rubin D., and Moscow, H.

Educational Psychology. 2 nd ed. Boston :

Little Brown and comp.Inc., 1981

Oxenfeldt, A.R. and Swan, C. Management of the

Advertising Function. California : Wadsworth

Publishing Company, 1964



- Schramm, Wilbur. Channels and Audiences in Handbook of Communication. Chicago : Ran McNally Collage Publishing Company, 1973 : 121-122
- Stuadt, Thomas A. and Taylor, Donald A. A Managerial Introduction to Marketing. New Jersey : Prentice-Hall Inc, 1970.
- Tucker, W.T. The development of brand loyalty. Journal of Marketing Research 1 (August 1964) : 32-35.
- Unnava, Rao H. and Burnkrant, Robert E. Effects of Repeating Varied Ad. Execution on Brand Name Memory. Journal of Marketing Research. 28 (November 1991) : 406-416.
- Wright, John S. and Warner, Danial S. Advertising (3rd ed.). New York : Mc-Graw, Hill book, 1966.

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย





ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## ภาคผนวก ก.

## แบบสอบถาม

เรื่อง การรับรู้และการจดจำภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ และ  
พฤติกรรมการซื้อ และใช้ยาแก้ปวดลดไข้ของกลุ่มผู้ใช้แรงงาน  
ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ในข้อที่เป็นคำตอบของท่าน หรือเติม-  
ข้อความในช่องว่างที่เว้นไว้ให้

สำหรับผู้วิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

1. ชาย
2. หญิง

2. อายุ \_\_\_\_\_ ปี

\_\_\_\_\_  
เลขที่แบบสอบถาม

\_\_\_\_\_ 4

\_\_\_\_\_ 6



## 3. อาชีพ

1. ค้าขาย
2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ
3. พนักงานบริษัท/ห้างร้าน
4. รับจ้างทั่วไป



โรงงาน

ระบุประเภทของงานที่ทำ \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ 7

## 4. ระดับการศึกษา

1. ไม่ได้เข้าโรงเรียน
2. ประถมศึกษาตอนต้น
3. ประถมศึกษาตอนปลาย
4. มัธยมศึกษาตอนต้น
5. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
6. อื่น ๆ ระบุ \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ 8

## 5. รายได้ต่อเดือนโดยประมาณ \_\_\_\_\_ บาท \_\_\_\_\_ 13

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## 6. สถานภาพสมรส

1. โสด
2. สมรส
3. หย่า
4. อื่น ๆ (ระบุ) \_\_\_\_\_ 14

## 7. ครอบครัวของท่านมีทั้งหมด \_\_\_\_\_ คน \_\_\_\_\_ 16

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ การเปิดรับสารโฆษณาสินค้า  
ประเภทยาแก้ปวดลดไข้ทางโทรทัศน์ การรับรู้และการจดจำ

## 8. ในสัปดาห์หนึ่ง ท่านเปิดดูโทรทัศน์บ่อยครั้งเพียงใด

1. ทุกวัน
2. 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์
3. 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์
4. 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์
5. นาน ๆ ครั้ง
6. ไม่เคยเปิดดูเลย \_\_\_\_\_ 17



9. ท่านเปิดคู่มือโทรทัศน์โดยเฉลี่ยต่อครั้งเป็นเวลานานเท่าใด

1. ไม่เกิน 30 นาที
2. 30 นาที - 1 ชั่วโมง
3. 1-2 ชั่วโมง
4. 2-3 ชั่วโมง
5. มากกว่า 3 ชั่วโมงขึ้นไป

10. ทุกครั้งที่เปิดคู่มือโทรทัศน์ ถ้ามีรายการโฆษณา ท่านชมรายการโฆษณาหรือไม่

1. ดูทุกครั้ง
2. ดูเกือบทุกครั้ง
3. ดูเป็นบางครั้งบางคราว
4. แทบไม่ได้ดู
5. ไม่เคยดูเลย

\_\_\_\_\_ 19

11. เวลาที่ท่านดูโทรทัศน์เป็นประจำได้แก่เวลาใด

(สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. รายการช่วงเช้า ตั้งแต่เวลา \_\_\_\_\_ ถึง \_\_\_\_\_ น. \_\_\_\_\_ 20
2. รายการช่วงบ่าย ตั้งแต่เวลา \_\_\_\_\_ ถึง \_\_\_\_\_ น. \_\_\_\_\_ 21
3. รายการช่วงเย็น ตั้งแต่เวลา \_\_\_\_\_ ถึง \_\_\_\_\_ น. \_\_\_\_\_ 22
4. รายการข่าว ตั้งแต่เวลา \_\_\_\_\_ ถึง \_\_\_\_\_ น. \_\_\_\_\_ 23
5. รายการหลังข่าว ตั้งแต่เวลา \_\_\_\_\_ ถึง \_\_\_\_\_ น. \_\_\_\_\_ 24



6. รายการภาคตัดก ตั้งแต่เวลา\_\_\_\_\_ถึง\_\_\_\_\_น. \_\_\_\_\_ 25
7. อื่น ๆ ระบุ\_\_\_\_\_ 26

12. ท่านได้รับข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับยาแก้ปวดลดไข้ จากสื่อใดบ้าง  
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. โทรทัศน์ \_\_\_\_\_ 27
2. วิทยุ \_\_\_\_\_ 28
3. หนังสือพิมพ์ \_\_\_\_\_ 29
4. นิตยสาร/วารสารทั่วไป \_\_\_\_\_ 30
5. นิตยสารทางการแพทย์ เช่น ใกล้เคียง,  
หมอชาวบ้าน \_\_\_\_\_ 31
6. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง, โปสเตอร์ \_\_\_\_\_ 32
7. ป้ายรถเมล์, รถตุ๊กตุ๊ก, รถไฟ \_\_\_\_\_ 33
8. คนขายยา \_\_\_\_\_ 34
9. อื่น ๆ ระบุ\_\_\_\_\_ 35

13. ท่านได้รับข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับยาแก้ปวดลดไข้  
จากสื่อใดบ่อยที่สุด (เลือกได้ข้อเดียว) \_\_\_\_\_ 36

1. โทรทัศน์
2. วิทยุ
3. หนังสือพิมพ์
4. นิตยสาร/วารสารทั่วไป



5. นิตยสารทางการแพทย์ เช่น ใกล้เคียง,  
หมอชาวบ้าน
6. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง, โปสเตอร์
7. ป้ายรถเมล์, รถตุ๊กตุ๊ก, รถไฟ
8. คนขายยา
9. อื่น ๆ ระบุ \_\_\_\_\_

14. ท่านเคยเห็นโฆษณาสินค้าประเภทยาแก้ปวดลดไข้  
ทางสถานีโทรทัศน์บ้างหรือไม่ \_\_\_\_\_ 37

1. เคย
2. ไม่เคย

15. ภายใน 1 ปีที่ผ่านมา ท่านเคยพบเห็นโฆษณายาแก้ปวดลดไข้ทาง  
สถานีโทรทัศน์บ่อยครั้งเพียงใด

1. ทุกเดือน
2. 2-3 เดือน
3. 4-6 เดือน
4. 7-9 เดือน
5. 10-12 เดือน

\_\_\_\_\_ 38

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

16. ท่านจำชื่อยี่ห้อของยาแก้ปวดลดไข้ จากการที่ได้ดูโฆษณาทางโทรทัศน์ ได้หรือไม่ (ให้บอกเท่าที่จำได้ โดยซักถามจนกว่าผู้ให้สัมภาษณ์ตอบว่า จำไม่ได้อีกแล้ว)

---

---

---

---

---

---

---

---

17. เมื่อผู้ให้สัมภาษณ์ตอบข้อ 16 แล้ว จากนั้นให้ถามว่า ท่านสามารถจดจำเรื่องราวของโฆษณายี่ห้อนั้นได้มากน้อยเพียงใด (จำอะไรได้บ้าง)

---

---

---

ศูนย์วิทยุทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



18. ส่วนประกอบต่าง ๆ ได้แก่ ผู้แสดง คำพูด สรรพคุณของยา ฯลฯ ในโฆษณาแก้ปวดลดไข้ ท่านสามารถรับรู้และจดจำในส่วนไหนของโฆษณาแก้ปวดลดไข้ได้มากน้อยเพียงใด (ให้บอกกว่ารับรู้และจดจำได้มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และไม่ได้เลย)

ส่วนประกอบของโฆษณา	การรับรู้และจดจำ					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่ได้เลย	
1. ผู้แสดง _____						39
2. คำพูด _____						40
3. สรรพคุณของยา _____						41
4. ชื่อยี่ห้อของสินค้า _____						42
5. เรื่องราวในการนำเสนอ _____						43
6. คำเตือน _____						44
7. วิธีใช้ยา _____						45
8. ฉลากยา _____						46
9. อื่น ๆ ระบุ _____						47

19. ท่านเชื่อถือข่าวสารเกี่ยวกับยาแก้ปวดลดไข้ \_\_\_\_\_ 48

จากสื่อประเภทใดมากที่สุด

1. โทรทัศน์
2. วิทยุ
3. หนังสือพิมพ์
4. นิตยสาร/วารสารทั่วไป
5. นิตยสารทางการแพทย์ เช่น โกลัทมอ,  
หมอชาวบ้าน
6. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง, โปสเตอร์
7. ป้ายรถเมล์, รถตุ๊กตุ๊ก, รถไฟ
8. คนขายยา
9. อื่น ๆ ระบุ \_\_\_\_\_

20. โดยทั่วไป เท่าที่ท่านได้ดูโฆษณาแก้ปวดลดไข้ทางโทรทัศน์ ท่านคิดว่า  
โฆษณานั้นน่าเชื่อถือหรือไม่

1. เชื่อ เพราะ \_\_\_\_\_ 49
2. ไม่เชื่อ เพราะ \_\_\_\_\_
3. อื่น ๆ เพราะ \_\_\_\_\_



21. ท่านพบเห็นโฆษณาแก้ปวดลดไข้ ในช่วงเวลา \_\_\_\_\_ 50

โดยบ่อยครั้งที่สุดและในรายการใด

1. รายการช่วงเช้า เวลา\_\_\_\_\_น. รายการ\_\_\_\_\_
2. รายการช่วงบ่าย เวลา\_\_\_\_\_น. รายการ\_\_\_\_\_
3. รายการช่วงเย็น เวลา\_\_\_\_\_น. รายการ\_\_\_\_\_
4. รายการข่าว เวลา\_\_\_\_\_น. รายการ\_\_\_\_\_
5. รายการหลังข่าว เวลา\_\_\_\_\_น. รายการ\_\_\_\_\_
6. รายการภาคค่ำ เวลา\_\_\_\_\_น. รายการ\_\_\_\_\_
7. อื่น ๆ (ระบุ)\_\_\_\_\_

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการซื้อและใช้ยาแก้ปวดลดไข้

22. ในช่วงเวลา 1 ปีที่ผ่านมา ท่านซื้อยาแก้ปวดลดไข้บ่อยครั้งเพียงใด

1. ทุกเดือน
2. 2-3 เดือน
3. 4-6 เดือน
4. 7-9 เดือน
5. ตั้งแต่ 10 เดือนขึ้นไป \_\_\_\_\_ 51

23. กรณีที่ท่านซื้อยาแก้ปวดลดไข้จากร้านขายยา ท่านมักซื้อโดยวิธีใด

1. บอกชื่อยี่ห้อของยา

(ถ้าตอบข้อนี้ให้ตามต่อไปในข้อ 24)

2. เอาตัวอย่างที่มีชื่อยาไปให้ดู

3. บอกอาการแก่ผู้ขายยาแล้วผู้ขายยา

เลือกยี่ห้อของยาให้

4. อื่น ๆ ระบุ \_\_\_\_\_ 52

24. กรณีที่ท่านซื้อยาแก้ปวดลดไข้โดยการบอกชื่อยี่ห้อของยา ท่านทราบชื่อยี่ห้อของยามาจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ฟัง ดู และอ่านโฆษณาจากสื่อมวลชนต่าง ๆ \_\_\_\_\_ 53

2. เคยใช้ยาแก้ปวดลดไข้ยี่ห้อนั้นมาก่อนแล้ว \_\_\_\_\_ 54

3. คนในครอบครัว หรือเพื่อนแนะนำ \_\_\_\_\_ 55

4. แพทย์ หรือเภสัชกรสั่งยาให้ \_\_\_\_\_ 56

5. อื่น ๆ ระบุ \_\_\_\_\_ 57

25. โดยทั่วไป ท่านซื้อและใช้ยาแก้ปวดลดไข้ยี่ห้ออะไรบ้าง และให้บอก เหตุผล ในการซื้อและใช้ยาแก้ปวดลดไข้ยี่ห้อนั้น ๆ ด้วย

---



---



---



---



26. ท่านคิดว่าข้อมูลข่าวสารในโฆษณาแก้ปวดลดไข้ทางโทรทัศน์มีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อและใช้ยาแก้ปวดลดไข้หรือไม่

1. มีผลอย่างมาก
2. มีผลปานกลาง
3. พอใช้
4. มีผลน้อย
5. ไม่มีผลเลย

\_\_\_\_\_ 58

27. ท่านมีพฤติกรรมในการซื้อและใช้ยาแก้ปวดลดไข้อย่างไร

1. ซื้อและใช้ยาแก้ปวดลดไข้ยี่ห้อเดียวตลอดไป  
ไม่เคยเปลี่ยนยี่ห้อเลย
2. เปลี่ยนยี่ห้อไปเรื่อย ๆ
3. เปลี่ยนยี่ห้อเป็นบางครั้ง ถ้าใช้แล้วไม่ได้ผล
4. แล้วแต่คนขายยาจะเลือกให้
5. อื่น ๆ ระบุ \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ 59

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

28. ท่านรับประทานยาแก้ปวดลดไข้อยู่ครั้งเพียงใด

1. รับประทานยาทุกวัน ทั้งที่มีอาการ และไม่มีอาการ  
ครั้งละ \_\_\_\_\_ เม็ด
2. รับประทานยาทุกครั้ง เมื่อมีอาการไม่สบาย  
ครั้งละ \_\_\_\_\_ เม็ด
3. รับประทานยาเป็นครั้งคราว เมื่อมีอาการ  
ไม่สบาย ครั้งละ \_\_\_\_\_ เม็ด
4. รับประทานยาตามแพทย์สั่งเท่านั้น
5. อื่น ๆ ระบุ \_\_\_\_\_ 60

29. ท่านซื้อยาแก้ปวดลดไข้จากแหล่งใด

1. ร้านขายยา
2. โรงพยาบาล
3. คลินิกแพทย์
4. ร้านขายของชำ
5. ห้างสรรพสินค้า
6. อื่น ๆ ระบุ \_\_\_\_\_ 61



30. ก่อนบริโภคยาแก้ปวดลดไข้ ท่านอ่านฉลากยาหรือเอกสารกำกับยาที่

แผงยาหรือไม่

1. อ่านทุกครั้ง
2. อ่านเป็นบางครั้ง
3. ไม่อ่านเลย
4. อื่น ๆ ระบุ \_\_\_\_\_ 62

31. ถ้าท่านอ่านฉลากยาหรือเอกสารกำกับยา ท่านได้ปฏิบัติตามคำแนะนำ

นั้นหรือไม่

1. ปฏิบัติตามทุกครั้งอย่างเคร่งครัด
2. ปฏิบัติตามเป็นบางครั้ง
3. ไม่เคยปฏิบัติตามเลย
4. อื่น ๆ ระบุ \_\_\_\_\_ 63

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



32. ท่านต้องการให้โฆษณาแก้ปวดลดไข้ทางสื่อโทรทัศน์ ระบุรายละเอียดเพิ่มเติมในส่วนใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |                            |       |    |
|----------------------------|-------|----|
| 1. ชื่อสามัญทางยา          | _____ | 64 |
| 2. ผู้ผลิต                 | _____ | 65 |
| 3. วันหมดอายุ              | _____ | 66 |
| 4. สรรพคุณในการรักษา       | _____ | 67 |
| 5. วิธีใช้และขนาดรับประทาน | _____ | 68 |
| 6. คำเตือน                 | _____ | 69 |
| 7. อาการข้างเคียง          | _____ | 70 |
| 8. ชื่อยี่ห้อสินค้า        | _____ | 71 |

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## ภาคผนวก ข.

## แนวการโฆษณาทางสื่อทั่วไป

1. การแสดงชื่อยาจะต้องตรงตามใบสำคัญการขึ้นทะเบียนตำรับยา ถ้าในใบสำคัญการขึ้นทะเบียนตำรับยาไม่มีชื่อยาเป็นภาษาไทย ให้ใช้ชื่อยาตามฉลากหรือเอกสารกำกับยา
2. ยาที่มีชื่อซ้ำกันแต่มีสรรพคุณหรือวิธีใช้ต่างกัน ให้ระบุชนิดของยาให้ชัดเจน เช่น ยาอริโอมัยซิน และยาอริโอมัยซินชนิดขี้ผึ้งทำแผล 30%
3. การแสดงชื่อยาในส่วนที่เป็นภาพ ขนาดตัวอักษรแสดงชื่อยาจะต้องเท่ากันตลอดข้อความ ถ้าเป็นการออกเสียงจะต้องออกเสียงชื่อยาให้ชัดเจนสม่ำเสมอตลอดข้อความ
4. การโฆษณายามากกว่า 1 ชนิด ในคำขอโฆษณาเดียวกัน ผู้ขอโฆษณาจะต้องส่งมอบหลักฐานประกอบการพิจารณาทุกชนิดให้ครบถ้วน และการโฆษณานั้นจะต้องไม่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสน หรือสำคัญผิดในสรรพคุณยา
5. แนวการโฆษณาจะต้องไม่เป็นการเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่น
6. ไม่ให้โฆษณายาในลักษณะที่ทำให้เข้าใจว่า มีการวินิจฉัยโรคกันเอง
7. ไม่ให้โฆษณาแนะนำให้ชื่อยาโดยไม่จำเป็น เช่น ชื่อยาเป็นของฝากสำหรับญาติมิตร



8. แนวการโฆษณาจะต้องไม่ชักชวนให้ผู้บริโภคใช้ยาอย่างพร่ำเพ้อ  
เกินความจำเป็น

9. แนวการโฆษณาจะต้องไม่ทำให้ผู้บริโภคสำคัญผิดว่า ผลิตภัณฑ์  
นั้นเป็นอาหาร

10. ไม่ให้โฆษณายาที่มีตัวยาเสพติดให้โทษเป็นส่วนผสมอยู่ด้วย

11. การโฆษณายาแผนโบราณ จะต้องมื่อข้อความแสดงให้ชัดเจนว่า  
เป็นยาแผนโบราณ

12. การแสดงคำเตือนในการโฆษณายา

12.1 การโฆษณาตำรับยาที่มีคำเตือนในฉลากตามประกาศ  
กระทรวงสาธารณสุข ให้แสดงคำเตือนในการโฆษณา ดังนี้

"ก่อนใช้ยา ให้อ่านฉลากและ เอกสารกำกับยาให้ละเอียดด้วย"

12.2 การโฆษณายาบรรจุเสร็จที่ได้รับยกเว้นไม่เป็นอันตราย  
จะต้องปรากฏข้อความตามที่กำหนดดังนี้

(1) ให้มีชื่อยา ตามด้วยข้อความ "บรรจุแผงละ  
... เม็ดเป็นยาแผนปัจจุบันบรรจุเสร็จ"

(2) ให้มีข้อความ "ก่อนใช้ยา ควรอ่านคำเตือนใน  
ฉลาก"

(3) ข้อความโฆษณาสรรพคุณยา จะต้องไม่มากกว่า  
หรือน้อยกว่าที่ได้รับอนุญาตให้ขึ้นทะเบียน

12.3 การโฆษณายาบรรเทาปวดลดไข้สำหรับผู้ใหญ่และ เด็ก  
จะต้องแสดงข้อความคำเตือน



13. การโฆษณาทางสื่อของสำหรับแจกหรือของชำร่วย การแจกจะต้องไม่เป็นการกระทำควบคู่ไปกับการขายยา หรือมีความสัมพันธ์โดยตรงและใกล้ชิดกับการขายยา โดยจะอนุญาตให้แสดงชื่อยาตามใบสำคัญการขึ้นทะเบียน จะมีชื่อบริษัท หรือเครื่องหมายของบริษัทผู้ผลิตยาด้วยก็ได้

- ห้ามการโฆษณาทางสื่อ "ที่เขี่ยบุหรี่ และไฟแช็ก" เพราะเป็นการส่งเสริมการสูบบุหรี่ ซึ่งขัดกับนโยบายของกระทรวงสาธารณสุข

14. การโฆษณาต้องใช้ภาษาให้ถูกต้องตามหลักภาษาไทย



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ประวัติผู้เขียน

นางสาวนิศากร ตัณฑลาพุด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการ-  
สื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เข้าศึกษาต่อ  
ในระดับปริญญาโทที่คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในสาขานิเทศ-  
ศาสตร์พัฒนาการ ปัจจุบันทำงานในตำแหน่งอาจารย์คณะวิศวกรรมศาสตร์  
สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตเทเวศร์



ศูนย์วิทยพัทธยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย