รายการอ้างอิง

จารุวรรณ เทพธานี. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของแอมเวย์. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541

จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

จำเนียร ช่วงโชติ. จิตวิทยาการรับรู้และเรียนรู้. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์การศาสนา, 2526.

ใจทิพย์ ศรีประกายเพ็ชร. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลของการสร้างภาพลักษณ์ของโครงการดาวเทียมไทยคม. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการปะชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬา ลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538

ชวรัตน์ เชิดชัย. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน . กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527.

ดวงพร คำณูนวัฒน์ และ วาสนา จันทร์สว่าง. ภาพลักษณ์กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2541.

ดวงพร คำนูญวัฒน์ และ วาสนา จันทร์สว่าง. การสื่อสารประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : ทีพีพริ้น, 2532.

บุญเจือ วงษ์เกษม. ผู้จัดการส่วนอำนวยการ. สัมภาษณ์, 26 กันยายน 2549.

ปรมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์, 2538.

ปรมะ สตะเวทิน. การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

ประจวบ อินอ๊อด. เขาประชาสัมพันธ์กันอย่างไร. กรุงเทพฯ : มัณฑนาสถาปัตย์, 2532.

ประวรา เอครพานิช. กรรมการผู้จัดการ. สัมภาษณ์, 18 กันยายน 2549

ปาณิดล ชัยปาณี. กรรมการผู้จัดการ. สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2549

พงษ์เทพ วรกิจโภคาทร. การศึกษาภาพพจน์กองทุนเงินทดแทน : รายงานการวิจัย. นนทบุรี : กองทุนเงินทดแทน สำนักงานประกันสังคม, 2540.

พัชราภา เขียวขำ. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการตราสินค้าไทย ของกรมส่งเสริมการส่งออก. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546

พิชญดา มากกิตติ. สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2549

รัตนาวดี ศิริทองถาวร. การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. 2541.

ลีนา ลิ่มอภิชาติ. ความคาดหวังและความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหงของนักศึกษาและบุคลากร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการปะชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537

วรกันยา ณ ระนอง. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการเปิดรับข่าวสารของโครงการอันซีน อินไทยแลนด์. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546

วิจิตร อาวะกุล. เทคนิคการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

วิจิตร อาวะกุล. การประชาสัมพันธ์ : หลักและวิธีปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2539.

วิเชียร เกตุสิงห์. การวิจัยเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2537.

วิรัช ลภิรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.ลักษณา สตะเวทิน. หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : เฟื่องฟ้า, 2540.

สนิทพิมพ์ เอกชัย. ประธานบริษัท พิมพลัส พี อาร์ จำกัด. สัมภาษณ์ ,25 กันยายน 2549

สาธิต พุทธชัยยงค์. หัวหน้าโครงการให้คำปรึกษา. สัมภาษณ์, 8 กันยายน 2549

สุพรรษา จิตเลขา. การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของทหารกับการตัดสินใจสมัครเป็นทหารกองประจำการของชายไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545

เสรี วงษ์มณฑา. ภาพพจน์นั้นสำคัญไฉน. กรุงเทพฯ : เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ, 2541.

อารยา วรรณประเสริฐ. ภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

เอกสิทธิ์ วิโรจน์สกุลชัย. ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ. สัมภาษณ์, 21 พฤศจิกายน 2549

Bernays, Edward L. Public relations. Norman : University of Oklahoma Press, 1952.

Boulding. E. Kenneth. Knowledge in life and society. Ann Arbor. The University of Michigan Press, 1975.

Cutlip, Scott M., Center, Allen H. and Broom, Glen M. Effective public relation. New Jersey : Prentice – Hall 2000.

Defleur, Melvin. L. Theories of mass communication. New York : David Mckay Company. 1970.

Fishbein, Martin. Attitude theory and measurement. New York : John Wiley, 1967.

Jefkins, Frank. Public relations made simple. London : Heinemann, 1982.

Katz, Elihu and Lazarfeld, Paul F. Personal influence : The part played by people in the flow of communication. New York : The Free Press, 1955.

Klapper, Joseph T. The Effects of mass communication. New York : The Free Press, 1960.

Lewis H. Gordon. How to handle your own public relations. Chicago : Nelson-Hall, 1976.

McCombs, Maxwell E. and Becker, Lee B. Using mass communication of innovation. New York : The Free Press, 1971.

Mcquail, Denis. Communication. Longman, 1984.

Munn, Norman L. Introduction to Psychology. Boston : Hougton Mifflin Company, 1971.

Rogers, Everett M. and F Floyd Shoemaker. Communication of innovation. New York : The Free Press, 1971.

Rogers, Everett M. and Lynne Swenning. Modernization among peasants : The impact of communication. New York : Holt, Rinehart and Winston, 1969.

Schramm, Wilbur. The role of information in national development, abridged version of mass media and nation development. Standford California : Standford University Press and Unesco, 1964.

Schramm, Wilbur. Handbook of communication. Chicago : Mcnally Collage Publishing Company, 1973.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง การรับรู้ และความพึงพอใจของผู้ประกอบการธุรกิจและบุคลากรด้านแฟชั่นที่มีต่อโครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่นในฐานะของการสนับสนุนธุรกิจแฟชั่น

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้จัดทำใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามทุกข้อให้ตรงตามความเป็นจริง เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยครั้งนี้ และผู้จัดทำขอขอบพระคุณท่าน ในความร่วมมืออย่างดียิ่งมา ณ โอกาสนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย x ใน ( ) ซึ่งตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ ( ) ชาย ( ) หญิง
2. อายุ ( )1. 20 – 29 ปี ( ) 2. 30 – 39 ปี
   ( )3. 40 – 49 ปี ( ) 4. 50 – 59 ปี
   ( ) 5. 60 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา
   ( )1. ประถมศึกษา ( )2. มัธยมศึกษา
   ( )3. ปวช./ปวส./ อนุปริญญา ( )4.ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า
   ( )5. สูงกว่าปริญญาตรี ( )6.อื่น ๆ (โปรดระบุ)...
4. อาชีพ
   ( )1. ผู้ประกอบการ ( )2. บุคลากรด้านแฟชั่น
5. รายได้ต่อเดือน
   ( )1. ต่ำกว่า 5,000 บาท ( )2. 5,001 – 10,000 บาท
   ( )3. 10,001 – 15,000 บาท ( )4. 15,001 – 20,000 บาท
   ( )5. 20,001 – 25,000 บาท ( )6. 25,001 – 30,000 บาท
   ( )6. มากกว่า 30,001 บาท ( )8. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 2 การรับรู้เกี่ยวกับโครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย x ลงในช่องว่างที่เห็นว่าถูกต้อง

ข้อ		ใช่	ไม่ใช่
1.	โครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่นเป็นโครงการในความรับผิดชอบของสำนักงานโครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่น กระทรวงอุตสาหกรรม		
2.	สัญลักษณ์ของโครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่นคือ		
3.	ท่านเคยเห็นสัญลักษณ์โครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่นจากสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ , นิตยสาร, ป้ายโฆษณา		
4.	งาน Bangkok Fashion Week 2005,2006 เป็นส่วนหนึ่งของโครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่น		
5.	โครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่นเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กรุงเทพฯเป็นเมืองแห่งแฟชั่นในระดับภูมิภาคเอเชียและระดับโลก		
6.	การดำเนินโครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่นเป็นความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน		
7.	"ประสานจินตนาการแห่งปัญญา สร้างคุณค่าแฟชั่นไทย " คือแนวคิดของโครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่น		
8.	โครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่นเป็นโครงการที่ส่งเสริมการประกอบธุรกิจอุตสหกรรมแฟชั่น เช่น สิ่งทอ เครื่องหนัง และ อัญมณี		
9.	โครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่นเริ่มดำเนินโครงการ ตั้งแต่ปี 2546		
10.	การจัด Road Show เป็นโครงการหนึ่งในการเจาะตลาดเป้าหมายในต่างประเทศ		
11.	BIFA เป็นสถาบันที่จัดตั้งเพื่อสร้างและพัฒนาบุคลากรด้านแฟชั่น		
12.	โครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่นมีเป้าหมายการดำเนินงาน 3 มิติ ได้แก่ การสร้างคน สร้างธุรกิจ และ สร้างเมือง		

ตอนที่ 3 **ความพึงใจต่อโครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่น**

ท่านมีความพึงพอใจต่อโครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่นในประเด็นต่อไปนี้ระดับใด

คำชี้แจง **กรุณาทำเครื่องหมาย x ลงในช่องว่าซึ่งตรงกับความเป็นจริง**

ข้อ		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.	โครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่นช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้กรุงเทพฯเป็นเมืองแห่งแฟชั่นได้					
2.	โครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่น มีส่วนช่วยสนับสนุนอุตสาหกรรมแฟชั่นไทย					
3.	โครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่นช่วยพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านแฟชั่นของไทย					
4.	โครงการ Bangkok Fashion Week ทำให้โครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่นเป็นที่รู้จักทั้งในกลุ่มชาวไทยและชาวต่างประเทศ					
5.	โครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่นช่วยยกระดับกรุงเทพฯให้เป็นเมืองแฟชั่นของภูมิภาคเอเชียได้					
6.	โครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่นช่วยยกระดับกรุงเทพฯให้สามารถเป็นเมืองแฟชั่นระดับโลก					
7.	โครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่นช่วยสนับสนุนให้สินค้าแฟชั่น brand ไทยเป็นที่รู้จักในต่างประเทศ					
8.	โครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่นมีการประชาสัมพันธ์ที่ดีทั้งในประเทศและต่างประเทศ					
9.	โครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่น ช่วยเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าแฟชั่นของไทยได้					
10.	โครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่น ช่วยพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมแฟชั่นไทยให้สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้					
11.	โครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่นช่วยให้Buyerต่างประเทศสนใจสินค้าแฟชั่นไทยมากขึ้น					
12.	โครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่นเป็นโครงการที่ดีควรได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง					

ข้อ		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
13.	โครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่นมีการเชื่อมโยงโครงการย่อยที่ชัดเจนและสัมพันธ์กัน					
14.	โครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่นมีการจัดสรรงบประมาณอย่างเป็นระบบ					
15.	โครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่นขาดการประสานงานที่ดีกับสื่อมวลชน					
16.	ผู้ประกอบการและบุคลากรด้านแฟชั่นทราบถึงวัตถุประสงค์ของโครงการ					
17.	มีการรายงานความคืบหน้าของโครงการผ่านสื่อมวลชนเป็นระยะ					
18.	โครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่นมีการจัดการระบบการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย					
19.	โครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่นมีการวางแผนการประชาสัมพันธ์ที่ดี					
20.	โครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่นขาดความต่อเนื่องในการดำเนินงาน					

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาว อภิชนา แสงรุ่ง เกิดเมื่อวันที่ 29 มีนาคม 2523 เป็นบุตรของ นายนิพนธ์ แสงรุ่ง และ นางลักษณา แสงรุ่ง จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาจากโรงเรียน สตรีวิทยา 2 และจบการศึกษาระดับปริญญาบัณฑิต จากภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ขณะศึกษาที่คณะอักษรศาสตร์ ผู้วิจัยได้ร่วมทำกิจกรรมของมหาวิทยาลัยโดยเป็นนักร้องของชมรมดนตรีสากลสโมสรนิสิตจุฬาฯ (ซี ยู แบนด์) และได้มีโอกาสร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการเผยแพร่พระอัจฉริยภาพทางด้านดนตรีของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ในการขับร้องบทเพลงพระราชนิพนธ์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ฯ ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา