

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กรกช ว่องวิศว์. ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมกิจการฟาส์ฟูดของชาวกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.

กัลยา หวังวิศิษฐ์. การศึกษาพฤติกรรมการรับข่าวสาร : การยอมรับวิธีการทำนาหว่านน้ำตามแผนใหม่ของเกมนครกรจังหวัดสุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.

คู่แข่งรายวัน. (22 สิงหาคม 2539) : 1, 7.

ชาญชัย วิจิตรวชิรปรา. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโฆษณาสินค้าโทรศัพท์มือถือ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2536.

ฉัฐนันท์ เฉลิมวงศาเวช. ปัจจัยที่มีต่อการยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมของชาวกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

ศรีงษา เกตุละม่อม. สภาพการณ์และลักษณะของการใช้วิทยุติดตามตัวในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

ชนินทร์ ตีรณานนท์. ไทยในกระแสโลกาภิวัตน์ : ศึกษากรณีผลของการสื่อสารต่อการบริโภคสินค้าและบริการของคนไทยในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.

บุญชวง ศรีสะอาด. การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร : สุวีริยาสาส์น, 2535.

บุญลือ วันทายนต์. ครอบครัวและวงศัวาน. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช, 2520.

บุษบา สุธีธร. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสารกับความทันสมัยของผู้นำท้องถิ่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528.

ปทุมพร ศิริวิงคมานนท์. ปัจจัยการยอมรับโทรศัพท์เคลื่อนที่เข้าสู่การธุรกิจ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533.

ปรมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์, 2531.

ประจวบ อินฮ็อค. ศัพท์การประชาสัมพันธ์. ศัพท์านุกรมสื่อสารมวลชน เล่มที่ 1, 2520.

ประชาชาติธุรกิจ. (23 พฤศจิกายน 2538) : 32.

ประชาชาติธุรกิจ. (5-7 สิงหาคม 2539) : 65.

ประภาเทัญ สุวรรณกร. ทัศนคติ : การจัดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2520.

ปรีชา วงศาสุตถกษณ์. บทบาทของสื่อมวลชน ที่เสริมสร้างคุณค่าให้กับพระเครื่องและพระบูชา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

ผู้จัดการรายวัน. (26 กรกฎาคม 2539) : 11.

พนมสิทธิ์ สอนประจักษ์. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการสื่อสารกับพฤติกรรมซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2538.

พรพิมล ก้านกนก. การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพมหานคร : รุ่งศิลป์การพิมพ์, 2530.

วงแห ศิริวานิช. การนำนวัตกรรมเข้าสู่วงการธุรกิจ : ศึกษาเฉพาะกรณี ภาชนะโพลีสไตรีนโฟม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2529.

วนิดา กณจันทร์. บทบาทของสื่อและปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับบัตรเครดิตของชาวกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

วันชัย ธนะวิงน้อย. การเปิดรับข่าวสารและการยอมรับนวัตกรรมของชาวบ้านในโครงการเดาแก๊สมูลสัตว์ ตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.

ศศิธร อิทธานุเวดิน. ปัจจัยที่มีผลต่อความนิยมใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่และแนวโน้มการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

ศิริวรรณ เสรวิวัฒน์และคณะ. กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาดและกรณีตัวอย่าง. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา, 2538.

ศูนย์วิจัยกสิกร. (13 สิงหาคม 2539).

สยามรัฐ. (13 พฤษภาคม 2538) : 17.

สายสวรรค์ เรื่องพิเศษ และ อัจจิมา จันทราทิพย์. การบริหารการตลาด. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527.

สุพิณ ปัญญาภัก. บทบาทและวัตถุประสงค์ของการโฆษณาและประชาสัมพันธ์. เอกสารการ
สอนชุด วิชาหลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ เล่มที่ 1 นนทบุรี : โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2532.

สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์. การสื่อสารการตลาด. เอกสารการสอนชุดวิชาการโฆษณา (หน่วยที่
1-5). กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2530.

เสรี วงศ์มณฑา. หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมา
ธิราช, 2529.

เอกชัย ชัยประเสริฐสิทธิ์. การวิเคราะห์เชิงสถิติทางธุรกิจ ตอนที่ 1. กรุงเทพมหานคร :
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2523.

ภาษาอังกฤษ

Atkin, C.K. and Garramone, G. The role of foreign news coverage in adolescent political
Socialization. Paper presented at the Association for Education in Journalism
and Mass Communication Convention, Corvallis, Or, 1983.

Belch, George E. (George Edward) International to advertising and promotion
management. Homewook, Ill : Irwin, 1990.

Guildford, J.P. Fundamental Statistics in psychology and education. New York :
McGraw-Hill co., 1965.

Jerald J. Feasters. Measurement and Determinants of Innovativeness among Primitive
Agriculturists. Rural Sociology, 1968.

Klapper, Joseph T. The Effect if mass communication. New York : The Free Pree, 1960.

- Lazarsfeld, Paul F., and Menzel, Herbert "Mass Media and Personal Influence" in the Science of Human Communication. Ed. Wilbur Schramm. New York : Basic Book, 1963.
- Peutchmann, Paul J. Communication and Social Change in Latin America : introducing new technology. New York : Frederick A. Praeger, Publishers, 1968.
- Raghubar Singh. Adoption of Nitrogenous Fertilizers as Related to Selected Factors and Use of Information Source in Adoption Process. Unpublished Ph.D. Thesis, Ithaca, New York Cornell University, 1967.
- Rogers, Everett M, and Svenning, Lynne. Modernization Among Peasants. New York : Holt Rinehart and Winston, I, 1969.
- Rogers, Everett M. with Shoemaker, F. Floyd. Communication of Innovations : A Cross-cultural Approach. New York : The Free Press, 1971.
- Sajogyo and William L. Collier, Technical Change in Asinan Agriculture. Canberra : Australian National University Press, 1973.
- Schramm, Wilbur, Daniel Lerner. Communication and Change in the developing countries. Honolulu : East- West Centre Press, 1967.
- Schramm, Wilbur. Men, Messages and Media : A look at Human Communication. New York : Harper & Row Pubisher, 1973.



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ที่ ทม 0310/



คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพญาไท กรุงเทพฯ 10330

วันที่ 23 มกราคม 2540

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลเพื่อทำวิทยานิพนธ์

เรียน

เนื่องด้วย นางสาวศุภิณี โรจนโอฬารรัตน์ นิสิตปริญญาโท ภาควิชาประชาสัมพันธ คณะ
นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กำลังดำเนินการวิจัยเพื่อจัดทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “บทบาทของสื่อและปัจจัยที่มี
ผลต่อการยอมรับการคืนกำไรของผู้บริหาร ในองค์กรธุรกิจเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมี รศ. ดร. ประมะ ฤตะ
เวทิน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

ในการนี้ นิสิตจำเป็นต้องเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อเป็นประโยชน์ในการทำวิทยานิพนธ์ โดยนิตินิใช้
วิธีวิจัยแบบสำรวจ ซึ่งจะต้องมีการใช้แบบสอบถามที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับสื่อและปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการยอมรับการคืน
กำไรของผู้บริหาร ในองค์กรธุรกิจเอกชน

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์จากท่าน ได้โปรดให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามแก่
นางสาวศุภิณี โรจนโอฬารรัตน์ เพื่อประโยชน์ในทางวิชาการ และขอขอบคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร. ชนวนดี บุญถิ์)
หัวหน้าภาควิชาการประชาสัมพันธ

ภาควิชาการประชาสัมพันธ

โทร. 218-2163

เรื่อง บทบาทของสื่อและปัจจัยที่มีผลต่อความนิยมดื่มไวน์
ของผู้บริหารในองค์กรธุรกิจเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ในข้อที่เป็นคำตอบของท่าน หรือเติมค่าลงในช่องว่าง

ตอนที่ 1

1. เพศ

1) ชาย

2) หญิง

4

2. อายุ

1) 25-29 ปี

2) 30-34 ปี

3) 35-39 ปี

5

4) 40-44 ปี

5) 45-49 ปี

6) 50 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

1) ต่ำกว่าปริญญาตรี

2) ปริญญาตรี

3) สูงกว่าปริญญาตรี (โปรดระบุ).....

6

4. ตำแหน่งของท่านในหน่วยงาน (โปรดระบุ).....

7

5. สถานภาพครอบครัว

1) โสด

2) สมรส

3) หย่าร้าง/หม้าย

8

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1) ต่ำกว่า 30,000 บาท

2) 30,001 - 50,000 บาท

3) 50,001 - 70,000 บาท

4) 70,001- 90,000 บาท

5) มากกว่า 90,000 บาท

9

ตอนที่ 2

7. ท่านอ่าน/ชม/ฟัง ข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ต่อไปนี้ บ่อยเพียงใด

	บ่อยมาก	บ่อย	นาน ๆ ครั้ง	แทบจะไม่เคย	ไม่เคย
1.โทรทัศน์					
2.วิทยุ					
3.หนังสือพิมพ์					
4.นิตยสาร					

8. ท่านได้รับข่าวสารหรือรู้จักเรื่องของไวน์จากแหล่งข่าวสารใดบ้าง(ตอบได้มากกว่า1 ข้อ)

1) โทรทัศน์

2) วิทยุ

___14___ 15

2) หนังสือพิมพ์

4) นิตยสาร

___16___ 17

5) หนังสือ

6) โปสเตอร์ สติกเกอร์

___18___ 19

7) แผ่นพับ

8) อื่น ๆ

___20___ 21

9. ท่านได้ยิน/ได้เห็น หรือรับข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องไวน์จากสื่อต่างๆต่อไปนี้ อย่างไรก็ตามบ้าง

	บ่อยมาก	บ่อย	นาน ๆ ครั้ง	แทบจะไม่เคย	ไม่เคย	
1.โทรทัศน์						___22
2.วิทยุ						___23
3.หนังสือพิมพ์						___24
4.นิตยสาร						___25

10. โดยปรกติ ท่านได้พบปะพูดคุยเกี่ยวกับเรื่องไวน์กับบุคคลต่อไปนี้ บ่อยเพียงใด

	ทุกวัน	เกือบทุกวัน	บางวัน	นาน ๆ ครั้ง	ไม่เคยเลย	
1.เพื่อน						___26
2.ญาติ พี่น้อง						___27
3.สามี/ภรรยา						___28
4.พนักงานขาย						___29

11.ท่านคิดว่า บุคคลต่อไปนี้ มีบทบาทในการตัดสินใจดื่มไวน์อย่างไรบ้าง

	มีบทบาทมากที่สุด	มีบทบาทมาก	มีบทบาทปานกลาง	มีบทบาทน้อย	ไม่มีบทบาท	
1.เพื่อน						___30
2.ญาติ พี่น้อง						___31
3.สามี/ภรรยา						___32
4.พนักงานขาย						___33

12. ท่านคิดว่า สื่อต่าง ๆ ต่อไปนี้ มีบทบาทในการตัดสินใจดื่มไวน์อย่างไรบ้าง

	มีบทบาทมากที่สุด	มีบทบาทมาก	มีบทบาทปานกลาง	มีบทบาทน้อย	ไม่มีบทบาท	
1. โทรทัศน์						___ 34
2. วิทยุ						___ 35
3. หนังสือพิมพ์						___ 36
4. นิตยสาร						___ 37
5. หนังสือ						___ 38
6. โปสเตอร์/สติ๊กเกอร์						___ 39
7. แผ่นพับ						___ 40
8. อื่นๆ.....						___ 41

ตอนที่ 3

13. ท่านดื่มไวน์บ่อยเพียงใด

- | | | |
|---------------------------|------------------------|--------|
| 1) ดื่มทุกวัน | 2) สัปดาห์ละ 2-6 ครั้ง | ___ 42 |
| 3) สัปดาห์ละ 1 ครั้ง | 4) เดือนละ 1 ครั้ง | |
| 5) นานกว่าเดือนละ 1 ครั้ง | | |

14. ในแต่ละครั้งที่ดื่ม ท่านดื่มเป็นปริมาณเท่าใด

- | | | | |
|-----------------------|------------------|------------------|--------|
| 1) ดื่มมากกว่า 8 แก้ว | 2) ดื่ม 7-8 แก้ว | 3) ดื่ม 5-6 แก้ว | ___ 43 |
| 4) ดื่ม 3-4 แก้ว | 5) ดื่ม 1-2 แก้ว | | |

15. ท่านดื่มไวน์ในสถานที่ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | |
|--------------|----------------------------|--------|
| 1) บ้าน | 2) ร้านจำหน่ายไวน์ | ___ 44 |
| 3) โรงแรม | 4) ผับ / ดิสโกเธค | ___ 46 |
| 5) ร้านอาหาร | 6) อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | ___ 48 |

16. ท่านดื่มไวน์ในโอกาสใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | |
|----------------------------|------------------------|--------|
| 1) เวลารับประทานอาหาร | 2) ในงานเลี้ยงสังสรรค์ | ___ 50 |
| 3) เฉพาะโอกาสพิเศษ | 4) ไม่แน่นอน | ___ 52 |
| 4) อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | | ___ 54 |

17. ท่านซื้อไวน์จากที่ใดเป็นประจำ

- | | | |
|-------------------|--------------------|------------------------|
| 1) ห้างสรรพสินค้า | 2) ร้านจำหน่ายไวน์ | ___55 |
| 3) ซูเปอร์มาร์เกต | 4) ร้านอาหาร | 5) ซื้อมาจากต่างประเทศ |

18. ราคาของไวน์ที่ท่านดื่มประจำ

- | | | |
|----------------------|----------------------|-------|
| 1) ต่ำกว่า 500 บาท | 2) 500 - 1,000 บาท | ___56 |
| 3) 1,000 - 1,500 บาท | 4) 1,501 - 2,000 บาท | |
| 5) 2,000 บาทขึ้นไป | | |

19. ท่านนิยมดื่มไวน์จากประเทศใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | |
|-----------------------------|-------------|------------|
| 1) ไวน์ที่ผลิตในเมืองไทย | 2) ฝรั่งเศส | ___57___58 |
| 2) ออสเตรเลีย | 4) เยอรมนี | ___59___60 |
| 5) อิตาลี | 6) อังกฤษ | ___61___62 |
| 7) สหรัฐอเมริกา | 8) จีน | ___63___64 |
| 9) อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | | ___65 |

ตอนที่ 4

20. ท่านมีความเห็นต่อการดื่มไวน์อย่างไร

	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
1. มีราคาแพง แสดงถึง ฐานะของผู้ดื่มได้ดี						___66
2. แสดงถึงความมีรสนิยม						___67
3. ทำให้เข้าสังคมกับผู้อื่น ได้เป็นอย่างดี						___68
4. มีส่วนช่วยในเรื่องสุขภาพ						___69
5. การดื่มไวน์เป็นเรื่องทันสมัย						___70
6. บรรเทาความเครียด มีคุณค่า						___71
7. มีรสชาติอร่อยถูกปาก ทำให้ทานอาหารได้อร่อยขึ้น						___72

ตอนที่ 5

21. ท่านดื่มไวน์ด้วยสาเหตุใด

___73

.....
.....
.....
.....

22. ท่านคิดว่าการดื่มไวน์มีข้อดีและข้อเสียอย่างไร

ข้อดี

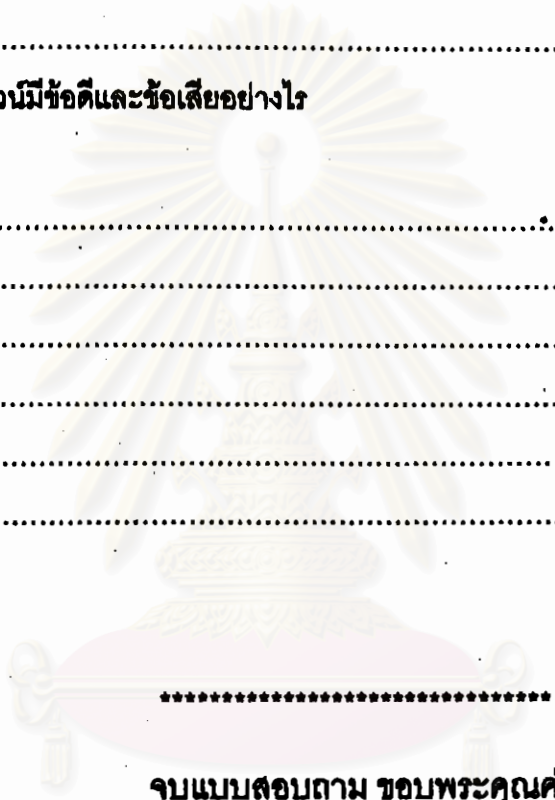
.....
.....
.....

___74

ข้อเสีย

.....
.....
.....

___75



จบแบบสอบถาม ขอขอบคุณค่ะ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียน

นางสาวศุณีย์ โรจนโอฬารรัตน์ เกิดวันที่ 19 มกราคม 2513 ที่กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีสถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต ภาควิชาสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ในปีการศึกษา 2536 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตรพัฒนาการ (ภาคนอกเวลาราชการ) ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปีการศึกษา 2538 ปัจจุบันทำงานในตำแหน่ง Graphic Designer ที่บริษัท คอมบิบล็อกเอเชีย จำกัด



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย