

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	7
ขอบเขตของการศึกษา	7
คำจำกัดความที่ใช้ในการศึกษา	7
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดและสถานการณ์เกี่ยวกับการโฆษณา	9
แนวคิดและสถานการณ์เกี่ยวกับการรณรงค์	20
แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับ	22
แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ	24
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	28
กรอบแนวคิดในการศึกษา	32
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา	
รูปแบบการศึกษา	33
ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง	33
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	35
การเก็บรวบรวมข้อมูล	37
การวิเคราะห์ข้อมูล	37

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
ลักษณะทางประชากรและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง	39
พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์	40
การเปิดรับการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	42
การเปิดรับการรณรงค์การเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์	59
ทัศนคติต่อการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มตัวอย่าง	61
ทัศนคติต่อการรณรงค์การเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์ของ กลุ่มตัวอย่าง	
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา	64
อภิปรายผลการศึกษา	69
ข้อเสนอแนะ	72
บรรณานุกรม	74
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก ตัวอย่างแบบสอบถาม	81
ภาคผนวก ข รายงานผู้ทรงคุณวุฒิ	91
ประวัติผู้เขียน	92

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 ลักษณะทางประชากรและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง	39
2 ความถี่ ระยะเวลา และช่วงเวลาในการดูโทรทัศน์	41
3 การเห็นโฆษณา ความถี่ในการเห็นการโฆษณา และช่วงเวลาส่วนใหญ่ที่เห็น การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	43
4 ชื่อสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเหล้าและเบียร์ที่กลุ่มตัวอย่างระลึก ถึงได้มากที่สุด	45
5 การเคยเห็นการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประเภทเหล้าและเบียร์ทางโทรทัศน์	46
6 การจำการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเหล้าและเบียร์ทางโทรทัศน์	47
7 สิ่งที่ได้จากการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเหล้าและเบียร์ทางโทรทัศน์	49
8 ความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่างต่อการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	51
9 การเห็นการรณรงค์ ความถี่ในการเห็นการรณรงค์ และช่วงเวลาส่วนใหญ่ที่เห็น การรณรงค์การเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	53
10 ชื่อชุดโฆษณารณรงค์การเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์ที่กลุ่มตัวอย่าง นึกถึงมากที่สุด	55
11 การเคยเห็นชุดโฆษณารณรงค์การเลิกดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์	55
12 การจำการรณรงค์การเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โทรทัศน์	56
13 สิ่งที่ได้จากการรณรงค์การเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์	57
14 ความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่างต่อการรณรงค์การเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทางโทรทัศน์	58
15 ทักษะติดต่อการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	60
16 ทักษะติดต่อการรณรงค์การเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์	62

สารบัญภาพ

รูป		หน้า
1	องค์ประกอบทัศนคติ	26
2	กรอบแนวคิดในการศึกษา	32
3	วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	34



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved