

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ. สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ภาพพิมพ์, 2541.

จริญญา นิลแพทย์. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านเนื้อหาบันเทิงและบุคคลในวงการบันเทิงที่มีต่อทัศนคติในเรื่องความรักและเพศสัมพันธ์ของเด็กวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.

จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์. ทัศนคติ ความเชื่อและพฤติกรรม. 1,000 เล่ม. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : สามดีการพิมพ์, 2538.

จิรบุญย์ ทศนบรรจง. การศึกษาเชิงวิเคราะห์ลักษณะของภาพยนตร์ไทยยอดนิยมประเภทวัยรุ่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

จุฑามาศ สุกิจจานนท์. จริยธรรมที่ปรากฏในภาพยนตร์การ์ตูนของวอลท์ ดิสนีย์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. คณะรัฐศาสตร์. ภาควิชาสังคมวิทยาและมนุษยวิทยา. สังคมและวัฒนธรรม. 4,000 เล่ม. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

ฉัตรกุล ทองเกตุ. การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาวัฒนธรรมวัยรุ่นที่ปรากฏในภาพยนตร์ไทยปี พ.ศ. 2535. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

ฉัตรทิพย์ นาคสุภาและพรพิไล เลิศวิชา, บรรณาธิการ. ทิศทางวัฒนธรรมไทย. 1,000 เล่ม. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์ศึกษาเศรษฐศาสตร์การเมือง คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

ชนินทร์ ต่วนชะเอม. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะและการมีส่วนร่วมในโครงการรักไทยให้ถูกทางของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

ชัยพร วิชชาวรุช, ธีรพร อุวรรณโณ และ พรรณพิทย์ ศิริวรรณบุศย์. พฤติกรรมจริยธรรมในสังคมไทยปัจจุบัน : ศึกษาตามแนวทางจิตวิทยา. กรุงเทพมหานคร : โครงการเผยแพร่ผลงานวิจัย ฝ่ายวิจัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.

ชุลีพร เขวงศักดิ์โสภาคย์. การเปิดรับสื่อ การรับรู้เกี่ยวกับสังคมตะวันตกและการใช้ชีวิตแบบสังคมตะวันตกของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

ณัฐกานต์ ลิ้มสถาพร. รากของจีน. สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์. (9-15 มกราคม 2543) : 60.

ณัฐวุฒิ ศรีศักดิ์บุญ. รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของเงินออเรชั่นวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

- ตรีรัตน์ นิลรัตน์. การเปิดรับชมละครโทรทัศน์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ในการนำไปใช้เพื่อการพัฒนาตนเองของนักศึกษาในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- ธีระพร อุวรรณโณ. จิตวิทยาสังคม. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์ตำราและเอกสารทาง
วิชาการ คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.
- ธนิษฐ์ ศิรณานนท์. ไทยในกระแสโลกาภิวัตน์ : ศึกษากรณีผลของการสื่อสารต่อการบริโภค
สินค้าและบริการของคนไทยในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะ
วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.
- นารากร คิยาณ. การวิเคราะห์เนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- นิตยา พิริยะพงษ์พันธ์, บรรณาธิการ. ลัทธิบริโภคนิยมกับผลกระทบต่อระบบนิเวศน์. สานติสังคม
ปีที่ 5 ฉบับที่ 4 (เมษายน-มิถุนายน 2533) : 14-22.
- นิโลบล โควาทิกษ์เทศ. การวิเคราะห์เพลงไทยสมัยนิยมตามทัศนคติของสุนทรียศาสตร์ยุคหลัง
สมัยใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.
- เบญจา แซ่เซียว. การศึกษาทัศนคติของนักเรียนและนิสิตนักศึกษาต่อโฆษณาทางโทรทัศน์.
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- ปริญญ์ ปราชญานุพร. การพัฒนาบรรอยต่อแห่งวัฒนธรรม: ภูมิปัญญาตะวันออก วิทยาการ
ตะวันตก. กรุงเทพมหานคร: โครงการจัดพิมพ์คบไฟ, 2539.

- ปรีชา ส่งกิตติสุนทร. การวิเคราะห์เนื้อหาด้านจริยธรรมในโฆษณา. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต ภาควิชาโสตทัศนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.
- ปรีดา กลั่นแก้ว. การวิเคราะห์เนื้อหาด้านจริยธรรมในหนังสือพิมพ์รายวัน. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต ภาควิชาโสตทัศนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.
- พงษ์ศรี เลขาวัฒนะและปราณี ธนะชานันท์, ผู้แปล. สังคมอเมริกันร่วมสมัย. กรุงเทพมหานคร:
บรรณกิจเทรดดิ้ง, 2540.
- พนมไพโร อภรณ์รัตน์. พฤติกรรมจริยธรรมต่อตนเองตามคำรายงานของนักเรียน ครูและ
ผู้ปกครอง. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาจิตวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.
- พรรณทิพย์ ศิริวรรณบุศย์ ชัยพร วิชชาวุธและธีระพร อูวรรณโณ. จริยธรรมชาวกรุงเทพมหานคร
ปัจจุบัน: รายงานผลการวิจัย. กรุงเทพมหานคร : สถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อมจุฬาฯ ,2527.
- พัชนี เขยจรรยา เมตตา วิวัฒนากุลและถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่
ที่ 4. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ข้าวฟ่าง, 2538.
- พระเทพเวที (ประยูรช ญัตโต). การพัฒนาจริยธรรม. 3,000 เล่ม. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร
: มุถุนิธิพุทธธรรม, 2535.
- พระธรรมปิฎก (ประยูรช ญัตโต). สารคดี ปีที่ 16 ฉบับที่ 166 (ธันวาคม 2541) : 80-94.
- เพ็ญศิริ เสวตวิหารี. อิทธิพลของแนวคิดยุคหลังสมัยใหม่ที่ปรากฏในภาพยนตร์ของผู้กำกับ.
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2541.

- เมญาพิมพ์ สมประสงค์. ความคิดเห็นของผู้รับสารที่มีต่อแนวคิดเรื่องความเป็นไทยในภาพยนตร์โฆษณาที่เน้นความเป็นไทยจากสื่อโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- รุ่งฤดี ห่อนาค. รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับเพลงกับความพึงพอใจที่มีต่อเพลงไทยสมัยใหม่ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- วรเชษฐ หอมจันทร์. การรับรู้ของเยาวชนในเขตชุมชนคลองเตยที่เกี่ยวกับบทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์ในการชักจูงเยาวชนไปสู่การสร้างพฤติกรรมเบี่ยงเบน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- วรินทรา ไกยรวงศ์. มิติแห่งการบริโภคที่ปรากฏในนิตยสารผู้หญิง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- วัลภา สบายยิ่ง. ความรู้ความเข้าใจทางจริยธรรมเกี่ยวกับพฤติกรรมต่อตนเองของวัยรุ่นนิตยสารเสพติดชนิดร้ายแรงที่เข้ารับการบำบัดรักษาในสถานบำบัดกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- วิเชียร เกตุสิงห์. การวิจัยเชิงปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 2. 2537.
- วิทยากร เชียงกุล. ทฤษฎีเกี่ยวกับวิกฤตทางวัฒนธรรมของสังคมไทย. ปรากฏสาร ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 (เมษายน-มิถุนายน 2536) : 88-93.
- วิภาวดี วิโรจน์พันธ์. การสร้างความหมายวัฒนธรรมในรายการปกิณกะบันเทิงทางโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

ศศิลักษณ์ แจ่มสุข. การนำเสนอภาพตัวละครเอกในละครโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

ศรีเรือน แก้วกังวาล. จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2538.

เศรษฐสยาม. ถัทธิบริโภคนิยมกับชุมชน. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์สมาพันธ์, 2540.

ไสลทิพย์ จารุภูมิ. การศึกษาคความพึงพอใจที่ได้รับจากละครโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

สมสุข หินวิมาน. บันทึกจากห้องนั่งเล่น : ข้อสังเกตเชิงวัฒนธรรมในการดูละครโทรทัศน์ไทย.
โลกของสื่อ. ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 (มิถุนายน 2541) : 139-163.

สร้อยญา พาณิชย์กุล. มองสังคมไทยในยุคโลกาภิวัตน์. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร : เบ็ญฟ้า.

ศิริพร สมบูรณ์บุรณะ, บรรณาธิการ. วัฒนธรรมการบริโภค แนวคิดและการวิเคราะห์.
กรุงเทพมหานคร : ศูนย์วิจัยและผลิตตำรามหาวิทยาลัยเกริก, 2538.

สิริวรรณ ลอพันธุ์ไพบูลย์. การศึกษาเปรียบเทียบบทบาททางจริยธรรมของตัวละครในภาพยนตร์
ชุดโทรทัศน์ไทย จีนและญี่ปุ่น. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.

สุจิตรา รัตนกรกช. การวิเคราะห์ภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคมตั้งแต่ปีพ.ศ. 2519-2531.
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2533.

สุชา อินท์เอม. จิตวิทยาพัฒนาการ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2540.

สุทธิพันธ์ จิราธิวัฒน์. โบครียาร์ด นักคิดที่มองเจาะลึกถึงความเป็นไปของสังคมไทย. จดหมายข่าว สังคมศาสตร์ ปีที่ 10 ฉบับที่ 4 (พฤษภาคม-กรกฎาคม 2531) : 57-74.

สุนิมิต ประทีปเสน. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับโฆษณาส่งเสริมสังคมกับพฤติกรรมการบริโภค. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

สุภางค์ จันทวานิช, สำอาง หิรัญบุรณะ และกุลวิตรา กังคานนท์. การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม และปัญหาจริยธรรม. โครงการจัดทำแผนอุดมศึกษาระยะยาว ทบวงมหาวิทยาลัย.

สุรางค์ ไคว์ตระกูล. จิตวิทยาการศึกษา. 3,000 เล่ม. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

สุริชัย หวันแก้ว. การเปลี่ยนแปลงทางสังคมของไทยและแนวโน้มในอนาคต ปัญหาของไทยยุค สังคมแห่งการบริโภค : บริโภคนิยม. โครงการGlobal Competence Project, 2540.

สุลักษณ์ ศิวรักษ์. แหวกความคิด. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : 222 วิวาดี, 2538.

สุลักษณ์ ศิวรักษ์. วัฒนธรรมแบบบริโภค : จุดวิบัติของสังคมไทย. สานติสังคม ปีที่ 5 ฉบับที่ 4 (เมษายน-มิถุนายน 2533) : 4-11.

เสถียร เขยประทับ. การสื่อสารและการพัฒนา. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เสรี พงศ์พิศ. ภูมิปัญญาไทยกับวิสัยทัศน์ปี 2000 (1). มติชนสุดสัปดาห์. (11 มกราคม 2543) : 65.

เสรี พงศ์พิศ. ภูมิปัญญาไทยกับวิสัยทัศน์ปี 2000 (2). มติชนสุดสัปดาห์. (18 มกราคม 2543) : 38.

เสรี พงศ์พิศ. ภูมิปัญญาไทยกับวิสัยทัศน์ปี 2000 (3). มติชนสุดสัปดาห์. (25 มกราคม 2543) : 30.

เสรี พงศ์พิศ. ภูมิปัญญาไทยกับวิสัยทัศน์ปี 2000 (4). มติชนสุดสัปดาห์. (1 กุมภาพันธ์ 2543) : 64.

สุโขทัยธรรมมาธิราช,มหาวิทยาลัย. จริยศึกษา. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัย
ธรรมมาธิราช, 2529.

สุโขทัยธรรมมาธิราช,มหาวิทยาลัย. พัฒนาการวัยรุ่นและการอบรม. นนทบุรี: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529.

อภิญา จันทร์เจนจบ. ความรู้ความเข้าใจทางจริยธรรมเกี่ยวกับพฤติกรรมสังคมของนักเรียน ครู
และผู้ปกครอง. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาจิตวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.

อภิญา ศรีรัตนสมบูรณ์. การวิเคราะห์ละครโทรทัศน์ชุดคุ้มครอง ในการถ่ายทอดความเชื่อและ
ค่านิยมในสังคมไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

อลงกรณ์ ปรีวุฒิพงศ์. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมสื่อสารกับการรับรู้ข่าวสารวัฒนธรรม
ไทยของนักเรียนมัธยมปลายในเขตกรุงเทพฯ. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะ
วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540.

อารี พันธุ์ณี. จิตวิทยาการเรียนการสอน. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : ดันอ้อ แกรมมี่ , 2540.

ภาษาอังกฤษ

Berkman, H. W. Jay D. Lindquist and M. Joseph Sirgy. Consumer Behavior. Kllinois:
Lincolnwood(Chicago), 1997.

Downing, J. Internationalizing media theory: Transition, power, culture. 1 st. ed. London: SAGE
publication, 1996.

Griffin, E. A first look at communication theory. 3rd. ed. New York : McGraw-Hill Companies, 1990.

Miles, S. Consumerism as a way of life. London : SAGE publication, 1998.

Salwen, M. B. and Don W. Stacks, ed. An integrated approach to communication theory and research. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1996.

Schramm, W. and Donald F. R., ed. The process and effects of mass communication. 2 nd. ed., Illinois: University of Illinois press, 1972.

Seifert, K.L. and Robert J. Hoffnung. Child and adolescent development. New York: Houghton Mifflin Company, 1987.

Signorielli, N. and Michael Morgan, eds. Cultivation analysis : new directions in media effects research. California : SAGE publication, 1990.

Strasburger, V. C. Adolescents and the media: medical and psychological impact. California: SAGE publications, 1995.

Terry, D. J. , Cynthia Gallois and Malcolm McCamish, eds. The theory of reasonde action : its application to AIDS-preventive behaviour. 1 st ed, Oxford : Pergamon Press, 1993.

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

เรื่อง การเปิดรับสื่อกับพฤติกรรมจริยธรรมของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

เลขที่
เจ้าหน้าที่

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความ และ/หรือ เติมคำตอบของท่านลงในช่องว่างที่กำหนด

1 2 3

1. เพศ 1. ชาย 2. หญิง

4

2. อายุ _____ ปี

5 6

3. ระดับการศึกษา

7

___ 1. ต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษา

___ 2. ระดับมัธยมศึกษาปีที่ ___

___ 3. ระดับอาชีวศึกษา ปวช. ปี ___ ปวส. ปี ___

___ 4. ระดับอุดมศึกษา ปี ___

___ 5. สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีแล้วหรือสูงกว่า

4. รายได้ส่วนตัวต่อเดือนโดยประมาณ

8

___ 1. ไม่เกิน 1,000 บาท

___ 4. 3,001 - 4,000 บาท

___ 2. 1,001 - 2,000 บาท

___ 5. มากกว่า 4,000 บาท

___ 3. 2,001 - 3,000 บาท

5. รายได้รวมของครอบครัวต่อเดือนโดยประมาณ

9

___ 1. ไม่เกิน 10,000 บาท

___ 4. 30,001 - 40,000 บาท

___ 2. 10,001 - 20,000 บาท

___ 5. มากกว่า 40,000 บาท

___ 3. 20,001 - 30,000 บาท

ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อบุคคล

โปรดทำเครื่องหมาย X ลงในช่องว่างที่ตรงกับคำตอบของท่าน

ท่านเปิดรับสื่อเหล่านี้บ่อยเพียง	ไม่รับเลย	น้อยกว่า 1 วัน	สัปดาห์ละ 1-2 วัน	สัปดาห์ละ 3-4 วัน	สัปดาห์ละ 5-6 วัน	เปิดรับทุกวัน
โทรทัศน์						
วิทยุ						
หนังสือพิมพ์						
นิตยสาร						
บิดามารดา						
เพื่อน						
ครู						
	ไม่รับเลย	น้อยกว่า 1 เดือน	เดือนละ 1 วัน	เดือนละ 2 วัน	สัปดาห์ละ 1 วัน	มากกว่า สัปดาห์ละ 1 วัน
ภาพยนตร์						
พระสงฆ์						

หมายเหตุ การเปิดรับสื่อ เช่น การดูโทรทัศน์ อ่านหนังสือพิมพ์ คุยกับเพื่อน เป็นต้น

โดยเฉลี่ยแล้วแต่ละวันที่ท่านเปิดรับสื่อ ท่านเปิดรับนานเพียงใด	ครึ่ง ชม.	1 ชม.	2 ชม.	3 ชม.	4 ชม.	5 ชม.	มากกว่า 5 ชม.
โทรทัศน์							
วิทยุ							
หนังสือพิมพ์							
นิตยสาร							
บิดามารดา							
เพื่อน							
ครู							
พระสงฆ์							

เฉพาะ
เจ้าหน้าที่

- 10
- 11
- 12
- 13
- 14
- 15
- 16

- 17
- 18

- 19
- 20
- 21
- 22
- 23
- 24
- 25
- 26

ตอนที่ 3 พฤติกรรมเกี่ยวเนื่องกับการบริโภคนิยตามการรับรู้ พฤติกรรมเกี่ยวเนื่องกับการบริโภคนิยใน
ประสบการณ์ตรง ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง(Subjective norm) และพฤติกรรมเกี่ยวเนื่องกับการบริโภค
นิย

โปรดทำเครื่องหมาย X ทับตัวเลข ในช่องว่างที่ตรงกับคำตอบของท่าน

ตัวอย่าง

0. การสวมเสื้อสายเดี่ยว

0.1 “คนในสังคม” แสดงพฤติกรรมนี้มากน้อยเพียงใด

ทำบ่อย ~~3~~ 2 1 0 1 2 3 ไม่ทำเลย

0.2 “ฉัน” เคยแสดงพฤติกรรมนี้มากน้อยเพียงใด

เคยทำบ่อย 3 2 1 0 ~~1~~ 2 3 ไม่เคยทำเลยแน่นอน

0.3 “คนสำคัญของฉัน” ส่วนใหญ่คิดว่า ฉัน ควรหรือไม่ควรแสดงพฤติกรรมนี้อย่างไร

ควรจะทำที่สุด 3 2 1 ~~0~~ 1 2 3 ไม่ควรจะทำที่สุด

0.4 ฉันตั้งใจว่าจะแสดงพฤติกรรมนี้หรือไม่

จะทำแน่นอน 3 ~~2~~ 1 0 1 2 3 จะไม่ทำแน่นอน

หมายเหตุ

“คนในสังคม” หมายถึง บุคคลทั่วไปซึ่งท่านรับทราบพฤติกรรมหรือการใช้ชีวิตของบุคคลเหล่านี้
ได้จากสื่อมวลชนแขนงต่างๆ หรือจากการพูดคุยกับสื่อบุคคล เช่น พ่อแม่ เพื่อน ครู พระสงฆ์

“ฉัน” เคยแสดงพฤติกรรมนี้ หมายถึง ก่อนการตอบแบบสอบถามนี้ ท่านเคยแสดงพฤติกรรมที่
ปรากฏในคำถามข้อนี้มากบ้างหรือไม่

“คนสำคัญของฉัน” หมายถึง บุคคลที่มีอิทธิพลต่อท่าน เป็นคนที่ท่านคำนึงถึงเมื่อจะตัดสินใจ
ทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ไม่ว่าจะต่อหน้าหรือลับหลัง

ฉันตั้งใจว่าจะแสดงพฤติกรรมนี้ หมายถึง ไม่ว่าจะท่านเคยแสดงพฤติกรรมที่ปรากฏในคำถามข้อนี้
มาก่อนหรือไม่ก็ตาม ท่านมีความคิดที่จะแสดงพฤติกรรมนี้หรือไม่

1. การคิดถึง ความจำเป็นหรือประโยชน์ของสินค้า ก่อนตัดสินใจซื้อ

1.1 “คนในสังคม” แสดงพฤติกรรมนี้มากน้อยเพียงใด

ทำบ่อย 3 2 1 0 1 2 3 ไม่ทำเลย

27

1.2 “ฉัน” เคยแสดงพฤติกรรมนี้มากน้อยเพียงใด

เคยทำบ่อย 3 2 1 0 1 2 3 ไม่เคยทำเลยแน่นอน

28

1.3 “คนสำคัญของฉัน” ส่วนใหญ่คิดว่า ฉัน ควรหรือไม่ควรแสดงพฤติกรรมนี้อย่างไร

ควรจะทำที่สุด 3 2 1 0 1 2 3 ไม่ควรจะทำที่สุด

29

1.4 ฉันตั้งใจว่าจะแสดงพฤติกรรมนี้ หรือไม่

จะทำแน่นอน 3 2 1 0 1 2 3 จะไม่ทำแน่นอน

30

2. การใช้เวลาว่าง โดยการไปช้อปปิ้งหรือเดินศูนย์การค้ากับเพื่อน

2.1 “คนในสังคม” แสดงพฤติกรรมนี้มากน้อยเพียงใด

ทำบ่อย 3 2 1 0 1 2 3 ไม่ทำเลย

31

2.2 “ฉัน” เคยแสดงพฤติกรรมนี้มากน้อยเพียงใด

เคยทำบ่อย 3 2 1 0 1 2 3 ไม่เคยทำเลยแน่นอน

32

2.3 “คนสำคัญของฉัน” ส่วนใหญ่คิดว่า ฉัน ควรหรือไม่ควรแสดงพฤติกรรมนี้อย่างไร

ควรจะทำที่สุด 3 2 1 0 1 2 3 ไม่ควรจะทำที่สุด

33

2.4 ฉันตั้งใจว่าจะแสดงพฤติกรรมนี้ หรือไม่

จะทำแน่นอน 3 2 1 0 1 2 3 จะไม่ทำแน่นอน

34

3. การพอใจกับการดำเนินชีวิตตามอัตถภาพ

3.1 “คนในสังคม” แสดงพฤติกรรมนี้มากน้อยเพียงใด

ทำบ่อย 3 2 1 0 1 2 3 ไม่ทำเลย

35

3.2 “ฉัน” แสดงพฤติกรรมนี้มากน้อยเพียงใด

เคยทำบ่อย 3 2 1 0 1 2 3 ไม่เคยทำเลยแน่นอน

36

3.3 “คนสำคัญของฉัน” ส่วนใหญ่คิดว่า ฉัน ควรหรือไม่ควรแสดงพฤติกรรมนี้อย่างไร

ควรจะทำที่สุด 3 2 1 0 1 2 3 ไม่ควรจะทำที่สุด

37

3.4 ฉันตั้งใจว่าจะแสดงพฤติกรรมนี้ หรือไม่

จะทำแน่นอน 3 2 1 0 1 2 3 จะไม่ทำแน่นอน

38

4. การกำหนด กฎเกณฑ์ เป็นแนวการปฏิบัติของตนเอง

4.1 “คนในสังคม” แสดงพฤติกรรมนี้มากน้อยเพียงใด

ทำบ่อย 3 2 1 0 1 2 3 ไม่ทำเลย

39

4.2 “ฉัน” เคยแสดงพฤติกรรมนี้มากน้อยเพียงใด

เคยทำบ่อย 3 2 1 0 1 2 3 ไม่เคยทำเลยแน่นอน

40

4.3 “คนสำคัญของฉัน” ส่วนใหญ่คิดว่า ฉัน ควรหรือไม่ควรแสดงพฤติกรรมนี้อย่างไร

ควรจะทำที่สุด 3 2 1 0 1 2 3 ไม่ควรจะทำที่สุด

41

4.4 ฉันตั้งใจว่าจะแสดงพฤติกรรมนี้ หรือไม่

จะทำแน่นอน 3 2 1 0 1 2 3 จะไม่ทำแน่นอน

42

5. การเลือกทำในสิ่งที่ให้ประโยชน์เฉพาะตัวเป็นสำคัญ

5.1 “คนในสังคม” แสดงพฤติกรรมนี้มากน้อยเพียงใด

ทำบ่อย 3 2 1 0 1 2 3 ไม่ทำเลย

43

5.2 “ฉัน” เคยแสดงพฤติกรรมนี้มากน้อยเพียงใด

เคยทำบ่อย 3 2 1 0 1 2 3 ไม่เคยทำเลยแน่นอน

44

5.3 “คนสำคัญของฉัน” ส่วนใหญ่คิดว่า ฉัน ควรหรือไม่ควรแสดงพฤติกรรมนี้อย่างไร

ควรจะทำที่สุด 3 2 1 0 1 2 3 ไม่ควรจะทำที่สุด

45

5.4 ฉันตั้งใจว่าจะแสดงพฤติกรรมนี้ หรือไม่

จะทำแน่นอน 3 2 1 0 1 2 3 จะไม่ทำแน่นอน

46

6. การให้เงินหรือทรัพย์สิน เพื่อช่วยเหลือผู้อื่น

6.1 “คนในสังคม” แสดงพฤติกรรมนี้มากน้อยเพียงใด

ทำบ่อย 3 2 1 0 1 2 3 ไม่ทำเลย

47

6.2 “ฉัน” เคยแสดงพฤติกรรมนี้มากน้อยเพียงใด

เคยทำบ่อย 3 2 1 0 1 2 3 ไม่เคยทำเลยแน่นอน

48

6.3 “คนสำคัญของฉัน” ส่วนใหญ่คิดว่า ฉัน ควรหรือไม่ควรแสดงพฤติกรรมนี้อย่างไร

ควรจะทำที่สุด 3 2 1 0 1 2 3 ไม่ควรจะทำที่สุด

49

6.4 ฉันตั้งใจว่าจะแสดงพฤติกรรมนี้ หรือไม่

จะทำแน่นอน 3 2 1 0 1 2 3 จะไม่ทำแน่นอน

50

7. การเลือกใช้ เครื่องแต่งกายหรือของใช้ ที่แสดงความภูมิฐาน

7.1 “คนในสังคม” แสดงพฤติกรรมนี้มากน้อยเพียงใด

ทำบ่อย 3 2 1 0 1 2 3 ไม่ทำเลย

51

7.2 “ฉัน” เคยแสดงพฤติกรรมนี้มากน้อยเพียงใด

เคยทำบ่อย 3 2 1 0 1 2 3 ไม่เคยทำเลยแน่นอน

52

7.3 “คนสำคัญของฉัน” ส่วนใหญ่คิดว่า ฉัน ควรหรือไม่ควรแสดงพฤติกรรมนี้อย่างไร

ควรจะทำที่สุด 3 2 1 0 1 2 3 ไม่ควรจะทำที่สุด

53

7.4 ฉันตั้งใจว่าจะแสดงพฤติกรรมนี้ หรือไม่

จะทำแน่นอน 3 2 1 0 1 2 3 จะไม่ทำแน่นอน

54

8. การเลือกปฏิบัติต่อบุคคล ให้เหมาะกับฐานะทางเศรษฐกิจของผู้นั้น

8.1 “คนในสังคม” แสดงพฤติกรรมนี้มากน้อยเพียงใด

ทำบ่อย 3 2 1 0 1 2 3 ไม่ทำเลย

55

8.2 “ฉัน” เคยแสดงพฤติกรรมนี้มากน้อยเพียงใด

เคยทำบ่อย 3 2 1 0 1 2 3 ไม่เคยทำเลยแน่นอน

56

8.3 “คนสำคัญของฉัน” ส่วนใหญ่คิดว่า ฉัน ควรหรือไม่ควรแสดงพฤติกรรมนี้อย่างไร

ควรจะทำที่สุด 3 2 1 0 1 2 3 ไม่ควรจะทำที่สุด

57

8.4 ฉันตั้งใจว่าจะแสดงพฤติกรรมนี้ หรือไม่

จะทำแน่นอน 3 2 1 0 1 2 3 จะไม่ทำแน่นอน

58

9. การไม่ให้ ข้อมูลส่วนที่อาจทำให้ตนเองเดือดร้อน

9.1 “คนในสังคม” แสดงพฤติกรรมนี้มากน้อยเพียงใด

ทำบ่อย 3 2 1 0 1 2 3 ไม่ทำเลย

59

9.2 “ฉัน” เคยแสดงพฤติกรรมนี้มากน้อยเพียงใด

เคยทำบ่อย 3 2 1 0 1 2 3 ไม่เคยทำเลยแน่นอน

60

9.3 “คนสำคัญของฉัน” ส่วนใหญ่คิดว่า ฉัน ควรหรือไม่ควรแสดงพฤติกรรมนี้อย่างไร

ควรจะทำที่สุด 3 2 1 0 1 2 3 ไม่ควรจะทำที่สุด

61

9.4 ฉันตั้งใจว่าจะแสดงพฤติกรรมนี้ หรือไม่

จะทำแน่นอน 3 2 1 0 1 2 3 จะไม่ทำแน่นอน

62

10. การปฏิเสธสิ่งทีถือว่เป็นอบายมุขต่งๆ

10.1 “คนในต่งคม” แสดงพฤติกรรมนี้มกน้อยเพียงใด

ทำบ่อย 3 2 1 0 1 2 3 ไม่ทำเลย

63

10.2 “ฉัน” เคยแสดงพฤติกรรมนี้มกน้อยเพียงใด

เคยทำบ่อย 3 2 1 0 1 2 3 ไม่เคยทำเลยแน่นอน

64

10.3 “คนสำคัญของฉัน” ส่วนใหญ่คิดว่า ฉัน ควรหรือไม่ควรแสดงพฤติกรรมนี้อย่างไร

ควรจะทำที่สุด 3 2 1 0 1 2 3 ไม่ควรจะทำที่สุด

65

10.4 ฉันตั้งใจว่าจะแสดงพฤติกรรมนี้หรือไม่

จะทำแน่นอน 3 2 1 0 1 2 3 จะไม่ทำแน่นอน

66

ตอนที่ 4 ทศนคติต่อพฤติกรรม

โปรดทำเครื่องหมาย X ทับตัวเลข ในช่องว่างที่ตรงกับคำตอบของท่าน

ตัวอย่าง

0. การสวมเสื้อสายเดี่ยว เป็นดั่งที่

0.1	ดี	3	2	1	0	1	2	3	ไม่ดี
0.2	เป็นประโยชน์	3	2	1	0	1	2	3	เป็นผลเสีย
0.3	ทำให้รู้สึกเป็นอิสระ	3	2	1	0	1	2	3	ทำให้รู้สึกถูกควบคุม
0.4	ทำให้ได้รับการยอมรับ	3	2	1	0	1	2	3	ทำให้ไม่ได้รับการยอมรับ

หมายเหตุ

ทำให้รู้สึกเป็นอิสระ หมายความว่า การแสดงพฤติกรรมตามแบบสอบถามข้อนี้ๆทำให้รู้สึกเป็นตัวของตัวเอง ไม่อยู่ใต้คำสั่งหรือกฎเกณฑ์ของผู้ใหญ่ มีเอกลักษณ์เฉพาะตน ความรู้สึกเป็นอิสระตามมาตรวัดด้านซ้ายจะค่อยๆลดลงจนถึงมาตรวัดด้านขวา คือ การแสดงพฤติกรรมนี้ๆ ทำให้รู้สึกว่ต้องถูกควบคุม ไม่เป็นตัวของตัวเอง

ทำให้ได้รับการยอมรับ หมายความว่า พฤติกรรมตามแบบสอบถามเป็นที่ยอมรับในกลุ่มของผู้ตอบแบบสอบถาม และการแสดงพฤติกรรมดังกล่าวก็ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับการยอมรับว่เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ตรงข้ามกับทำให้ไม่ได้รับการยอมรับ

1. การเลือกใช้ วิธีที่ง่ายและสะดวกสบาย ในการทำสิ่งต่างๆให้บรรลุความมุ่งหมาย เป็นสิ่งที่

- | | | | | | | | | | | | |
|-----|--------------------------|---|---|---|---|---|---|---|-----------------------------|--------------------------|----|
| 1.1 | ดี | 3 | 2 | 1 | 0 | 1 | 2 | 3 | ไม่ดี | <input type="checkbox"/> | 67 |
| 1.2 | เป็นประโยชน์ | 3 | 2 | 1 | 0 | 1 | 2 | 3 | เป็นผลเสีย | <input type="checkbox"/> | 68 |
| 1.3 | ทำให้รู้สึก
เป็นอิสระ | 3 | 2 | 1 | 0 | 1 | 2 | 3 | ทำให้รู้สึก
ถูกควบคุม | <input type="checkbox"/> | 69 |
| 1.4 | ทำให้ได้รับ
การยอมรับ | 3 | 2 | 1 | 0 | 1 | 2 | 3 | ทำให้ไม่ได้รับ
การยอมรับ | <input type="checkbox"/> | 70 |

2. การเสี่ยงโชคด้วยการพนัน เป็นสิ่งที่

- | | | | | | | | | | | | |
|-----|--------------------------|---|---|---|---|---|---|---|-----------------------------|--------------------------|----|
| 2.1 | ดี | 3 | 2 | 1 | 0 | 1 | 2 | 3 | ไม่ดี | <input type="checkbox"/> | 71 |
| 2.2 | เป็นประโยชน์ | 3 | 2 | 1 | 0 | 1 | 2 | 3 | เป็นผลเสีย | <input type="checkbox"/> | 72 |
| 2.3 | ทำให้รู้สึก
เป็นอิสระ | 3 | 2 | 1 | 0 | 1 | 2 | 3 | ทำให้รู้สึก
ถูกควบคุม | <input type="checkbox"/> | 73 |
| 2.4 | ทำให้ได้รับ
การยอมรับ | 3 | 2 | 1 | 0 | 1 | 2 | 3 | ทำให้ไม่ได้รับ
การยอมรับ | <input type="checkbox"/> | 74 |

3. การใช้วิธียืม หรือกู้ หรือผ่อนส่ง เมื่อต้องการซื้อของที่อยากได้ แต่ยังไม่มียังเงินพอ เป็นสิ่งที่

- | | | | | | | | | | | | |
|-----|--------------------------|---|---|---|---|---|---|---|-----------------------------|--------------------------|----|
| 3.1 | ดี | 3 | 2 | 1 | 0 | 1 | 2 | 3 | ไม่ดี | <input type="checkbox"/> | 75 |
| 3.2 | เป็นประโยชน์ | 3 | 2 | 1 | 0 | 1 | 2 | 3 | เป็นผลเสีย | <input type="checkbox"/> | 76 |
| 3.3 | ทำให้รู้สึก
เป็นอิสระ | 3 | 2 | 1 | 0 | 1 | 2 | 3 | ทำให้รู้สึก
ถูกควบคุม | <input type="checkbox"/> | 77 |
| 3.4 | ทำให้ได้รับ
การยอมรับ | 3 | 2 | 1 | 0 | 1 | 2 | 3 | ทำให้ไม่ได้รับ
การยอมรับ | <input type="checkbox"/> | 78 |

4. การใช้เรื่อง การสร้างภาพพจน์ที่ดี เป็นเกณฑ์การตัดสินใจซื้อสินค้า เป็นสิ่งที่

- | | | | | | | | | | | | |
|-----|--------------------------|---|---|---|---|---|---|---|-----------------------------|--------------------------|----|
| 4.1 | ดี | 3 | 2 | 1 | 0 | 1 | 2 | 3 | ไม่ดี | <input type="checkbox"/> | 79 |
| 4.2 | เป็นประโยชน์ | 3 | 2 | 1 | 0 | 1 | 2 | 3 | เป็นผลเสีย | <input type="checkbox"/> | 80 |
| 4.3 | ทำให้รู้สึก
เป็นอิสระ | 3 | 2 | 1 | 0 | 1 | 2 | 3 | ทำให้รู้สึก
ถูกควบคุม | <input type="checkbox"/> | 81 |
| 4.4 | ทำให้ได้รับ
การยอมรับ | 3 | 2 | 1 | 0 | 1 | 2 | 3 | ทำให้ไม่ได้รับ
การยอมรับ | <input type="checkbox"/> | 82 |

5. การใช้เวลาว่าง ทำงานพิเศษหรืองานอดิเรกที่เป็นประโยชน์								เป็นสิ่ง		
5.1	ดี	<u>3</u>	<u>2</u>	<u>1</u>	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	ไม่ดี	<input type="checkbox"/> 83
5.2	เป็นประโยชน์	<u>3</u>	<u>2</u>	<u>1</u>	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	เป็นผลเสีย	<input type="checkbox"/> 84
5.3	ทำให้รู้สึก								ทำให้รู้สึก	
	เป็นอิสระ	<u>3</u>	<u>2</u>	<u>1</u>	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	ถูกควบคุม	<input type="checkbox"/> 85
5.4	ทำให้ได้รับ								ทำให้ไม่ได้รับ	
	การยอมรับ	<u>3</u>	<u>2</u>	<u>1</u>	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	การยอมรับ	<input type="checkbox"/> 86

6. การเลือกทำในสิ่งที่ให้ประโยชน์เฉพาะตัวเป็นสำคัญ								เป็นสิ่ง		
6.1	ดี	<u>3</u>	<u>2</u>	<u>1</u>	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	ไม่ดี	<input type="checkbox"/> 87
6.2	เป็นประโยชน์	<u>3</u>	<u>2</u>	<u>1</u>	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	เป็นผลเสีย	<input type="checkbox"/> 88
6.3	ทำให้รู้สึก								ทำให้รู้สึก	
	เป็นอิสระ	<u>3</u>	<u>2</u>	<u>1</u>	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	ถูกควบคุม	<input type="checkbox"/> 89
6.4	ทำให้ได้รับ								ทำให้ไม่ได้รับ	
	การยอมรับ	<u>3</u>	<u>2</u>	<u>1</u>	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	การยอมรับ	<input type="checkbox"/> 90

7. การเลือกใช้ เครื่องแต่งกายหรือของใช้ ที่แสดงความภูมิฐาน								เป็นสิ่ง		
7.1	ดี	<u>3</u>	<u>2</u>	<u>1</u>	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	ไม่ดี	<input type="checkbox"/> 91
7.2	เป็นประโยชน์	<u>3</u>	<u>2</u>	<u>1</u>	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	เป็นผลเสีย	<input type="checkbox"/> 92
7.3	ทำให้รู้สึก								ทำให้รู้สึก	
	เป็นอิสระ	<u>3</u>	<u>2</u>	<u>1</u>	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	ถูกควบคุม	<input type="checkbox"/> 93
7.4	ทำให้ได้รับ								ทำให้ไม่ได้รับ	
	การยอมรับ	<u>3</u>	<u>2</u>	<u>1</u>	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	การยอมรับ	<input type="checkbox"/> 94

8. การหาเหตุผลส่วนตัว เพื่อให้คนอื่นยอมรับ เมื่อไม่ยอมทำตามผู้อื่นร้องขอ								เป็นสิ่ง		
8.1	ดี	<u>3</u>	<u>2</u>	<u>1</u>	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	ไม่ดี	<input type="checkbox"/> 95
8.2	เป็นประโยชน์	<u>3</u>	<u>2</u>	<u>1</u>	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	เป็นผลเสีย	<input type="checkbox"/> 96
8.3	ทำให้รู้สึก								ทำให้รู้สึก	
	เป็นอิสระ	<u>3</u>	<u>2</u>	<u>1</u>	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	ถูกควบคุม	<input type="checkbox"/> 97
8.4	ทำให้ได้รับ								ทำให้ไม่ได้รับ	
	การยอมรับ	<u>3</u>	<u>2</u>	<u>1</u>	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	การยอมรับ	<input type="checkbox"/> 98

9. การเลือกปฏิบัติต่อบุคคล ให้เหมาะกับฐานะทางเศรษฐกิจของผู้นั้น เป็นสิ่งที่

9.1	ดี	3	2	1	0	1	2	3	ไม่ดี
9.2	เป็นประโยชน์	3	2	1	0	1	2	3	เป็นผลเสีย
9.3	ทำให้รู้สึก เป็นอิสระ	3	2	1	0	1	2	3	ทำให้รู้สึก ถูกควบคุม
9.4	ทำให้ได้รับ การยอมรับ	3	2	1	0	1	2	3	ทำให้ไม่ได้รับ การยอมรับ

99

100

101

102

10. การไม่ให้ ข้อมูลส่วนที่อาจทำให้ตนเองเดือดร้อน เป็นสิ่งที่

10.1	ดี	3	2	1	0	1	2	3	ไม่ดี
10.2	เป็นประโยชน์	3	2	1	0	1	2	3	เป็นผลเสีย
10.3	ทำให้รู้สึก เป็นอิสระ	3	2	1	0	1	2	3	ทำให้รู้สึก ถูกควบคุม
10.4	ทำให้ได้รับ การยอมรับ	3	2	1	0	1	2	3	ทำให้ไม่ได้รับ การยอมรับ

103

104

105

106

ภาคผนวก ข

ตารางแสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อบุคคล

ความสัมพันธ์	บิดามารดา	เพื่อน	ครู	พระสงฆ์	สื่อบุคคล (รวม)
โทรทัศน์	.2801 P=.000	.2242 P=.000	.1057 P=.032	-.0161 P=.744	.2077 P=.000
วิทยุ	.0901 P=.067	.1546 P=.002	-.0319 P=.518	-.0119 P=.809	.0511 P=.300
หนังสือพิมพ์	.0040 P=.935	-.0792 P=.108	-.0197 P=.689	.0724 P=.142	-.0275 P=.577
นิตยสาร	.0744 P=.131	.0010 P=.984	-.0345 P=.484	.1325 P=.007	.0293 P=.552
ภาพยนตร์	.0284 P=.565	.1092 P=.026	-.0138 P=.779	-.0648 P=.189	.0618 P=.210
สื่อมวลชน (รวม)	.1422 P=.004	.1072 P=.029	-.0138 P=.779	-.0024 P=.961	.0899 P=.068

ตารางแสดงผลการทดสอบความแตกต่างของลักษณะพฤติกรรมจริยธรรมตามการรับรู้ จำแนกตาม
ระดับการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อบุคคล (2-way interactions)

ระดับการเปิดรับ สื่อมวลชน	สื่อบุคคล			F	P
	น้อย	ปานกลาง	มาก		
น้อย	3.51 (112)	3.35 (112)	3.64 (25)	1.294	.275
ปานกลาง	3.53 (54)	3.62 (92)	3.69 (15)		
มาก	.00 (0)	4.07 (3)	.00 (0)		

ตารางแสดงผลการทดสอบความแตกต่างของลักษณะทัศนคติต่อพฤติกรรมจริยธรรม จำแนกตามระดับ
การเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อบุคคล (2-way interactions)

ระดับการเปิดรับ สื่อมวลชน	สื่อบุคคล			F	P
	น้อย	ปานกลาง	มาก		
น้อย	4.03 (112)	4.08 (112)	4.03 (25)	1.651	.193
ปานกลาง	3.83 (54)	4.01 (92)	4.29 (15)		
มาก	.00 (0)	3.64 (3)	.00 (0)		

ตารางแสดงผลการทดสอบความแตกต่างของลักษณะพฤติกรรมจริยธรรม จำแนกตามระดับการเปิดรับ
สื่อมวลชนและสื่อบุคคล (2-way interactions)

ระดับการเปิดรับ	สื่อบุคคล			F	P
	น้อย	ปานกลาง	มาก		
สื่อมวลชน					
น้อย	4.52 (112)	4.60 (112)	4.47 (25)	.881	.415
ปานกลาง	4.44 (54)	4.51 (92)	4.64 (15)		
มาก	.00 (0)	4.27 (3)	.00 (0)		

ประวัติผู้วิจัย

นางสาวมณฑล หนูสีใส สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ครุศาสตรบัณฑิต เกียรตินิยม
อันดับ 2 คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2534 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทศศาสตรพัฒนาการ ในปีการศึกษา 2541 ปัจจุบันรับราชการ สังกัด
สำนักอนามัย กรุงเทพมหานคร

