

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กลุ่ม อิศรพันธ์. ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค: หลักและวิธีวิเคราะห์ (พิมพ์ครั้งที่ 2).
- พระนคร: โรงพิมพ์อักษรเสรี, 2512.
- กรุณา เดชาติวงศ์ ณ อยุธยา. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสาร ความทันสมัย และความน่าเชื่อถือ
ของเจ้าหน้าที่กับทัศนคติที่มีต่อการพัฒนาเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวตัวอย่างของชาวบ้านปราสาท
ตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต
ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- การบินไทย จำกัด (มหาชน), บริษัท. รายงานประจำปีงบประมาณ 2537. ม.ป.ท., 2537.
- กิตติมา กมลพันธฤกษ์. การประชาสัมพันธ์ของเครือซิเมนต์ไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต
ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- เกษม จันทรน้อย. สื่อประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: บริษัทนานมี จำกัด, 2537.
- จรัสศรี หาญสมวงศ์. การศึกษาความแตกต่างของความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจของ
ผู้โดยสารที่มีต่อวิทยุบนรถประจำทางทั่วไป ขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ
คลื่นพิเศษ F.M. SCA. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- จารุณี บุญนิพัทธ์. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความตระหนัก ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมเรื่อง
สิ่งแวดล้อมของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรม เขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. พฤติกรรมการประชาสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- จุฬาภรณ์ เอื้อละพันธ์. พฤติกรรมการรับข่าวสารการพัฒนาชุมชนของประชาชนในชุมชน
เป้าหมายของกรุงเทพมหานคร: ศึกษาเฉพาะกรณีชุมชนในเขตดุสิต
เขตสัมพันธวงศ์ เขตบางกอกน้อย และเขตหนองจอก. วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.
- จุมพล รอดคำดี. สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2533.

- เจฟฟรีย์ เอ. ดัดลี. พลังการเรียนรู้. แปลโดย ครองแผน ไชยชนะสาร. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เดลฟี, 2538.
- จันทร์เพ็ญ ชชาติพันธ์. การรับข่าวสารทางด้านจริยธรรมจากสื่อพื้นบ้านประเภทขอของประชาชนในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.
- เฉลียว บุรีภักดี. ประชากรศึกษา. กรุงเทพฯ: หน่วยศึกษานิเทศก์ กรมการฝึกหัดครู, 2520.
- ชมภูนุช ปฎิมาประกกร. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากร พฤติกรรมการเปิดรับสารและการให้ความสำคัญในเรื่องรูปแบบการจูงใจกับความเข้าใจและความพึงพอใจในโฆษณา เพื่อส่งเสริมสังคมทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- ชนิดา พลศรี. ความคาดหวัง และความพึงพอใจของเยาวชนที่มีต่อการจัดนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.
- ชวรัตน์ เจิดชัย. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2521.
- ชาญชัย พิจิตรวัยบริหาร. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโฆษณา สินค้าโทรทัศน์มือถือ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2536.
- ชาญชัย อาจินสมาจาร. สู่ความเป็นเลิศงานการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ, 2536.
- ชิป จิตนิยม. ความต้องการข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของกลุ่มประชาชนผู้ใช้บริการเคเบิลทีวี: ศึกษาเฉพาะกรณีสมาชิกของบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (ไอเน็ต). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.
- เชิดชัย นำวิวัฒน์. การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาด: กรณีศึกษาของโรงแรมอิมพีเรียล. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2532.
- ชัยนันท์ นันทพันธ์. ประชาสัมพันธ์ที่ได้ผล. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด, 2536.
- ดารณี ถนอม. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารรัฐสภาของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

- ดวงพร คำบุญวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง. สื่อสกรภาพประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด อินโหม้เทรด, 2536.
- เดือนจิตต์ จิตต์อารี. การวิจัยการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2537.
- เทียนฉาย กิระนันท์. สังคมศาสตร์วิจัย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- ธงชัย สันติวงษ์. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ ไทยวัฒนาพานิช, 2539.
- นฤมล มั่งคณกุล. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคม และประชากรกับความต้องการและความพึงพอใจในข่าวสารการเมืองของประชาชนในเขตอำเภอคำเนินสะตอก จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- นฤมล โรหิตจันทร์. ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับโครงการ "รักเจ้าพระยากับตาวินิ" ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- บุญเลิศ สดสุดชาติ. รูปแบบของการแพร่กระจายสินค้าใหม่ๆ ไปสู่ประชาชนในหมู่บ้านชนบทเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2516.
- บุษบา ภูัสกุล. การศึกษาพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการรักษาทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้: ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอพัฒนานคร จังหวัดปราจีนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- เบญจมาศ วัชรเทรินทร์กุล. บทบาทของสื่อและปัจจัยที่มีต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร: ศึกษาเฉพาะกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.
- ประคอง เอี่ยมสำอาดค์. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารด้านการเกษตรกับผลผลิตข้าวต่อไร่ของชาวนาในเขตชลประทาน อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.
- ประจวบ อินอืด. เขาประชาสัมพันธ์กันอย่างไร. กรุงเทพมหานคร, 2532.

- ประยงค์ สันตกิจ. การศึกษาบทบาทของสื่อและรูปแบบการสื่อสารที่มีต่อผลการเข้ามาเป็นสมาชิกวันสหกรณ์ กลุ่มวิทยาลัยครูภาคตะวันตก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.
- ประสานจิตต์ ลีมโคคา. หลักการประชาสัมพันธ์. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2536.
- ประมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2538.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ: โครงการตำราฯ คณะครุศาสตร์ อุตสาหกรรมและวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าลาดกระบัง, 2521.
- ปัทมา สุทินัย. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติต่อสำนักงานตรวจเงินแผ่นดินของเจ้าหน้าที่หน่วยรับตรวจในหน่วยราชการส่วนกลางและรัฐวิสาหกิจ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.
- พีไลพรพรรณ กาญจนลักษณ์. ประสิทธิผลของเสียงตามสายที่มีต่อการรับฟังและการรับรู้ข่าวสารทางด้านสาธารณสุข. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533.
- พจนา วาสกรัตน์. ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์โครงการตั้งค์เวิร์คในการให้ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแก่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. การเลือกสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2530.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2537.
- พัชนี เสงยจรรยา, เมตตา กฤตวิทย์ และ ถิรพันธ์ อนวิษศิริวงศ์. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์และทำปกเจริญผล, 2534.
- พัชรินทร์ วิทย์โกมล. การศึกษาและการจัดระบบการบริหารข้อมูลเพื่อการตลาดของบริษัทการบินไทย จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.
- เพ็ญจันทร์ ติริกิจวัฒนา. ประสิทธิผลของการเผยแพร่ความรู้เรื่องกฎหมายทะเบียนราษฎรแก่ชาวชนบท จังหวัดฉะเชิงเทรา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529.
- เพ็ญพิไล ฤทธาคณานนท์. พัฒนาการทางพุทธปัญญา. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

- เพ็ญศรี วงศ์โรจน์กุล. อิทธิพลของสื่อกับการให้ความรู้การส่งเสริมเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ศึกษาเฉพาะกรณี
ศูนย์อนามัยแม่และเด็ก เขต 4 จังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต
ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.
- ไพศาล อินทสิงห์. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมมารับข่าวสาร ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับกับ
ภาพพจน์ต่อกรมการค้าภายใน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- พงษ์ศรี บุญสุวรรณ. การเปิดรับข่าวสารการเมืองกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษาวิทยาลัย
คุณธรรมสวรรค์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.
- เพ็ญฟ้า อัมพรสถิต. ความพึงพอใจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อโฆษณาทางไปรษณีย์:
ศึกษากรณีผู้ใช้บัตรเครดิต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2535.
- มณฑล ไบบัว. ประสิทธิภาพของการเผยแพร่ความรู้เรื่อง "เทมเป้" ในร้านอาหารชมรมมังสวิรัต
แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.
- มนัส พุอินทลง. การเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรม เขตอุตสาหกรรม
นวนคร จังหวัดปทุมธานี ต่อการรณรงค์ป้องกันและควบคุมโรคเอดส์. วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. การใช้สื่อมวลชนเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ: ทฤษฎีงานวิจัยและข้อเสนอต่อ
การศึกษานิเทศศาสตร์พัฒนาการ. วารสารนิเทศศาสตร์ โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528.
- ยุพดี ฐิติกุลเจริญ. การศึกษาทัศนคติที่มีต่อ ป.ป.ส. ของกลุ่มข้าราชการที่สังกัดสำนักงานกฤษฎีกา
ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2531.
- รุ่งรัตน์ ศิริกิจวัฒนา. ประสิทธิภาพของการเผยแพร่ความรู้เรื่องกฎหมายทะเบียนราษฎรแก่ชาวชนบท
จังหวัดฉะเชิงเทรา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529.
- รุจิรวรรณ ชูทองรัตน์. ประสิทธิภาพของการให้ความรู้โดยใช้สื่อมวลชนและภาพพจน์ต่อการเพิ่มความ
รู้และเปลี่ยนแปลงทัศนคติของหญิงมีครรภ์ที่มาใช้บริการ ณ โรงพยาบาลศิริราช.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.

- ลดาวัลย์ ยมจินดา. การใช้เครื่องมือสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: กิ่งจันทร์การพิมพ์, 2527.
- ลลิตา บุรณะจารุ. Direct Mail กลยุทธ์เจาะใจทางไปรษณีย์ กรณีศึกษา: สีน้าคริสตัน Swarovski. สารนิพนธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2536.
- ลักขณา มนชาตุมลिन. การเผยแพร่ข่าวสารด้านสาธารณสุขมูลฐานด้วยเอกสารเผยแพร่เรื่องอนามัยครอบครัวกับความสัมฤทธิ์จากการให้เอกสารเผยแพร่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2523.
- วชิราภรณ์ เรืองไพบุลย์. ประสิทธิภาพของสื่อในการให้ความรู้เรื่องภูมิคุ้มกันโรคแก่มารดาหลังคลอด: ศึกษาเฉพาะกรณีโรงพยาบาลราชวิถี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528.
- วนิดา มาลาศรี. ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้เผยแพร่ ในโครงการพัฒนาดินเค็มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- วนิดา สุริหาร. ลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการลงทุนกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและการให้ความสำคัญในเรื่ององค์ประกอบทางการสื่อสารของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- วิชัย โวหารดี. พฤติกรรมการรับข่าวสารทางการเมืองในระหว่างการทำเสียงเลือกตั้ง: ศึกษาเฉพาะกรณีการเลือกตั้งซ่อมสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร อำเภอเมือง จังหวัดยโสธร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.
- วรทัย เมฆสุด. การประเมินผลสื่อที่ใช้เผยแพร่ในโครงการแรงงานเด็ก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.
- วิศพัฒนา จันท์จรัสวัฒนา. ประสิทธิภาพของสื่อวีดิทัศน์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่โครงการอีสานเขียว. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- วิจิตร อวาทกุล. เทคนิคการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: โอ เอส พรีน ดิง, 2534.
- วิเชียร เกตุสิงห์. คู่มือการวิจัย การวิจัยเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร, 2534.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529.

- วุฒิชัย จ่านงค์. พฤติกรรมการตัดสินใจ. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, 2523.
- แววตา ชนบัตร. การศึกษาผลของการสื่อสารแรงจูงใจต่อการเสพยาบ้าที่มีต่อเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. การบริหารการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา, 2539.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: S.M. Cricwit Press, 2535.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา, 2538.
- สมจิต เอี่ยมสุภานิมิตร. สื่อความหมายให้ตรงกับใจ. กรุงเทพมหานคร: ข้าวฟ่าง, 2536.
- สวนิด ยมาภัย และระวีวรรณ ประกอบผล. แบบจำลองการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528.
- สากล ไพเราะ. การศึกษาผลของการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ที่ผลิตขึ้นเพื่อพัฒนาชนบทในโครงการน้ำพระราชหฤทัยจากในหลวง (อีสานเขียว). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2532.
- สุชา จันท์เอม. จิตวิทยาเพื่อความสุขในการดำรงชีวิต. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2524.
- สุชา จันท์เอม. จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2517.
- สุชา จันท์เอม. ความแตกต่างระหว่างเพศหญิงกับชาย. ศูนย์ศึกษา 15 (พฤศจิกายน), 2511.
- สุชาดา พานิชยิ่ง. การศึกษาการเปิดรับข่าวสารจากกรมวิชาการของครูประถมศึกษาในเขตอำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- สุชาดา เมธิคุณภรณ์. การศึกษาการรับข่าวสารการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ของเยาวชน: ศึกษาเฉพาะกรณีสมาชิกชมรมเยาวชนปลอดสะอาด มูลนิธิหมอชาวบ้าน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- สุทธิณี ละไมเสถียร. กลยุทธ์การสื่อความหมาย "ความเป็นไทย" ในชิ้นงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในช่วงปี 2533-2537. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- สุวัฒนา วงษ์กะพันธุ์. การสื่อสารการตลาด. เอกสารการสอนชุดวิชาธุรกิจการโฆษณาหน่วยที่ 1-5. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2530.

- สุรวุฑธนา. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการสื่อสารกับค่านิยม และทัศนคติสมัยใหม่ของสตรีในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ
ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย, สาขาวิชานิเทศศาสตร์. เอกสารการสอนชุดวิชา หลักการและ
ทฤษฎีการสื่อสารหน่วยที่ 1- 8. กรุงเทพมหานคร, 2529.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย, สาขาวิชานิเทศศาสตร์. เอกสารการสอนชุดวิชา หลักการและทฤษฎี
การสื่อสารหน่วยที่ 9 - 15. กรุงเทพมหานคร, 2529.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย, สาขาวิชานิเทศศาสตร์. เอกสารการสอนชุดวิชา สื่อสารเพื่อการ
พัฒนา หน่วยที่ 1 - 8. กรุงเทพมหานคร, 2534.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย, สาขาวิชานิเทศศาสตร์. เอกสารการสอนชุดวิชา สื่อสารเพื่อการ
พัฒนา หน่วยที่ 9 - 15. กรุงเทพมหานคร, 2534.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย, สาขาวิชานิเทศศาสตร์. เอกสารการสอนชุดวิชาหลักการโฆษณาและ
การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ประชาชน, 2532.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย, สาขาวิชานิเทศศาสตร์. เอกสารการสอนชุดวิชา ความรู้เบื้องต้น
เกี่ยวกับสิ่งพิมพ์ หน่วยที่ 1-7. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย
สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2538.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย, สาขาวิชานิเทศศาสตร์. เอกสารการสอนชุดวิชา ความรู้เบื้องต้น
เกี่ยวกับสิ่งพิมพ์ หน่วยที่ 8-15. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย
สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2537.
- เสมอสุข อุไรสวัสดิ์. การศึกษาการเปิดรับข่าวสารและการแสวงหาข่าวสารการรับสมัครงานของผู้สมัครเป็น
อาสาพัฒนา กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ
ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529.
- สำอองค์ ผลไม้. การสื่อสารทางการตลาดและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเพลงไทยสากล
ของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.
- เสถียร เขยประทับ. การสื่อสารงานนุกรม. ม.ป.ท., 2525.
- เสถียร เขยประทับ. ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับการพัฒนา. คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.
- องอาจ ปะทะวานิช. รวบรวมบทความทางวิชาการด้านการตลาด. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2525.

- อรวรรณ ปิรันธน์โอวาท. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- อมรา ทัศนบูรณ. การศึกษาทัศนคติของประชาชนสามกลุ่มในกรุงเทพมหานครที่มีต่อโครงการก่อสร้าง
โรงไฟฟ้านิวเคลียร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.
- อรสา ปานขาว. พฤติกรรมการยอมรับสารต้านการป้องกันยาเสพติดทางวิทยุและโทรทัศน์ของประชาชนใน
เขตชุมชนแออัดคลองเตย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต
ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2627.
- อรอุบล ภูบัวเผื่อน. การศึกษาการวางแผนการประชาสัมพันธ์และสถานภาพการดำเนินงาน
ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานธุรกิจในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต
ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- อนันต์ชนา อังกินันท์. การผลิตและการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร:
มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2524.
- อนันต์ชนา อังกินันท์ และ เกื้อกุล คุปรัตน์. สื่อมวลชนและประชาสัมพันธ์เพื่อการศึกษา.
กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ชวนพิมพ์, 2532.
- อภิศรา อิศรศักดิ์ ณ อยุธยา. การสำรวจความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของประชาชนที่มีต่อการใช้สื่อทาง
โทรทัศน์ของคณะกรรมการป้องกันอุบัติเหตุแห่งชาติ (กปอ.) เพื่อการรณรงค์ลดอุบัติเหตุบน
ท้องถนนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2531.
- อารี พันธุ์มณี. จิตวิทยาการเรียนการสอน. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เลิฟแอนด์ลิฟ เพรส จำกัด,
2534.
- อินทนิล. สื่อสารอย่างชาญฉลาด. กรุงเทพมหานคร: ธัญญา พับลิเคชั่น, 2534.
- อิทธิพล หมั่นนักกิต. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ: วิเคราะห์การสื่อสารทางการตลาดของ
รถยนต์มิตซูบิชิ แลนเซอ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- อุไรวรรณ ภูวิจิตรสุทิน. การเปิดรับและการยอมรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ ของนักเรียนและนิสิต
นักศึกษา ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

อังคณา มั่งมีทรัพย์. ประสิทธิผลของการเผยแพร่ข่าวสารการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุขที่มีต่อ
ความรู้และความตระหนักของประชาชนเกี่ยวกับความปลอดภัยในการบริโภคอาหาร: ศึกษา
เฉพาะกรณีประชาชน ในเขตจังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.

ภาษาอังกฤษ

- Assael, Henry. Consumer Behavior and Marketing Action (5th ed.). Ohio: South - Western College Publishing, 1995.
- Assifi, M., Najib, and French, H., James. Planning Communication Support for Rural Development Campaigns. n.p., n.d.
- Atkin, K., Charles. New Model for Mass Commucation Research. New York: The Free Press, 1973.
- Bandura, Albert. Social Learning Theory. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-HaLL, 1977.
- Barrat, David. Media Sociology. London: Routledge, 1992.
- Baus, M., Herbert. Publicity in Action. New York: Harper and Row, 1954.
- Berlo, K., David. The Process of Communication. Michigan State University, 1960.
- Bernays, L., Edward. Public Relations. Norman: University of Oklahoma Press, 1952.
- Black, M., Marvin. Practical Public Relations. New York: Harper and Row, 1947.
- Bowman, Pat and Nigel, Ellis. Manual of Public Relations. London: William Heinemann Ltd., 1969.
- Burgoon, M., and Bettinghaus, E.P. Persuasive Message Strategies, quoted in Roloff, M.E. and Miller, G.R., eds. Persuasion: New Directions in Theory and Research. Beverly Hills C.A.: Sage, 1980.
- Business Traveller. n.p., October 1996.
- Caribbean Food and Nutrition Institute, Kingston Jamica. The Use of Media in Food and Nutrition Programmes: Guidelines for Planner and Decision Maker. n.p., 1976.
- Cutlip, M., Scott and Center, H., Allen. Effective Public Relations (5th ed). Englewood Cliff N.J. : Prentice-Hall, 1978.

- Defleur, M.L., and Rokeach, S., Ball. Theories of Mass Communication (4th ed.).
New York: Longman, 1982.
- Edwards, M., Charis and Labowitz, F., Carl. Retail Advertising and Sales Promotion.
New Jersey: Prentice - Hall, 1981.
- Fishbein, Martin. Attitude Theory and Measurement. New York: John Wiley, 1967.
- Franklin, Bob and Parton, Nigel. Social Work. The Media and Public Relations.
London: Routledge, 1991.
- Freedman, M.,B. "Changes in Attitude and Values over Six Decades" Journal of
Social Issues 17. n.p., 1961.
- Hovland, C.I., Janis, I.L., and Kelley, H.H. Communication and Persuasion.
New Haven C.T.: Yale University Press, 1953.
- Hyock, E., Kwan, et al. A Study on Population Control Sungdong on Action Research
Project on Family Planning and Fertility. Korea. College of Medicine and
School of Public Health, Seoul National University, 1967.
- Jefkins, Frank. Planned Press and Public Relations. London: International Textbook
Company Limited, 1977.
- Jefkins, Frank. Public Relations Made Simple. London: William Heineman Ltd., 1982.
- Katz, D. The Functional Approach to the Study of Attitudes. Public Quarterly, 1960.
- Katz, E., and Paul, F., Lazarsfeld. Personal Influence. New York: The Free Press, 1955.
- Katzenstien, Herbert and Sachs, William. Direct Marketing (2 nd ed.). New York:
Mcmillan, 1992.
- Kiesler, A., Charles, Collins, E., Barry., and Norman Miller. Attitude Change.
New York: Jonh Wiley & Son Inc, 1969.
- Klapper, J.T and Meyen. The Effect of Mass Communication. Illinois: The Free Press,
1968.
- Kotler, Philip and Roberto, L., Eduardo. Social Marketing: Strategies for Changing
Public Behavior (7th ed.). New York: n.p., 1991.
- Kotler, Phillip. Marketing Management: Analysis Planning Implementation and Control.
England Cliff: Prentice, Inc., 1980.
- Krech, David, Crutfield, S., Richard, and Ballachey, L., Egerton. Individual in Society: a
Textbook of Social Psychology. New York: Mcgraw - Hill, 1962.

- Laswell, D., Harold. The Structure and Function of Communication in Society.
New York: Happer and Row Publishers, 1948.
- Lazarsfeld, P.F., Berelson, B., and Gaudet, H. The People's Choice: How The Voter
Makes up his Mind in a Presidential Campaign. New York: Columbia
University Press, 1944.
- Leon, G., Schiffman and Kanuk, Lazar, Leslie. Consumer Behavior (2nd ed.).
Englewood Cliffs, New Jersey: n.p., 1983.
- Maple, C. The Comparative Susceptibility of Three Age Levels to the Suggestion of
Group Versus Expert Opinion. Journal of Social Psychology 4, 1933.
- Marston, E., John. The Nature of Public Relations. New York: Mcgraw-Hill Book Co.,
1963.
- McDonald, J., Frederic. Education Psychology. San Francisco: Wadsworth Publishing
Co. Inc, 1959.
- Merphy, G., Murphy, L.B, and Newcome, T.M. Experimental Social Psychology.
New York: Harper, 1973.
- Mitchell, R., Terence. People in Organizations: an Introduction to Organization
Behavior (2nd ed.). ToKyo: Mcgraw-Hill, 1983.
- Murray, J.,B. "Use of a Slide Tape Program to Increase Identification of Health Behaviors."
Dissertation Abstracts 36 (7), 1974.
- Nivat Chantarachoti. The Strategic Management Study of Thai Airways International
Co., Ltd.: A Case Study of the Royal Orchid Plus Program. Master's Thesis,
Kasetsart University, 1994.
- Read, Hadley. Communication: Method for All Media. Urbana: University of Illinois
Press, 1975.
- Robinson, J., Edward. Public Relations and Survey Research. Achieving Organizational
Goals in Communication Context. New York: Appleton - Century - Crofts, 1969.
- Rogers, M., Everett Communication Channels in Handbook of Communication.
Chicaco: Rand Mcnelly, 1978.
- Rogers, M., Everett. Diffusion of Innovations. New York: The Free Press, 1962.
- Rogers, M., Everett, and Rogers, Rekha, Agarwals. Communication in Organizations.
New York: The Free Press, 1976.

- Rogers, M., Everett, and Shoemaker, F., Floyd. Communication of Innovations: A Cross - Cultural Approach. New York: The Free Press, 1971.
- Rokeach, Milton. Beliefs, Attitudes, and Values: a Theory of Organization and Change, San Francisco: Jossey - Bass Inc., 1970.
- Royal Orchid Plus Management Report. n.p., 3 July 1996.
- RSL-Research Services Limited. Thai VIP Air Travel Survey. Middlesex HA1 2QG England, 1993. (Unpublished Manuscript)
- Sandman, M., Peter, Rubin, M., David, and Sachsman, B., David. Media: An Introductory Analysis of American Mass Communications. New Jersey: Prentice - Hall, Inc., 1972.
- Schramm, Wilbur. Channels and Audience in Handbook of Communication. Eds. Ithiel De Sola Pool et. al. Chicaco: Rand Mc Publishing Company, 1973.
- Schramm, Wilbur, ed. Mass Communications (2nd ed.). Urbana: University of Illinois Press, 1960.
- Schramm, Wilbur. Men, Message and Media: A look at Human Communication. New York: Harper and Row Publishers, 1978.
- Serlaint, A.O. Psychology Understanding Human Behavior. New York: Mcgraw-Hill, 1968.
- Stanton, J., William and Futrell, Charles. Fundamentals of Manluting. (8th ed.). New York: Mcgraw-Hill, 1987.
- Starr, Edward. Public Relations: What You Should Know About. New York: Occana, 1968.
- Steiner, I.D., and Fishbein, M. Current Study in Social Psychology. NewYork: Holt, Rine Hart and Winston, Inc., 1965.
- Stone, Bob. Successful Direct Marketing Methods (4th ed.). Illinois: NTC Publishing Group, 1975.
- Tan, S., Alexis. Mass Communication Theories and Research (2 nd ed.). New York: Macmillan Publishing Company, 1986.
- Thai Direct Marketing Association. Direct Marketing "Beyond The Basics" Seminar 1996. Hilton International Hotel, Sep 17-18, 1996.

Wilcox, L., Dennis, Ault, H., Phillip, and Agu, K., Warren. Public Relations Strategies and Tactics. New York: Harper & Row, 1986.

Zimbardo, P.G., Ebberson, E.B., and Maslach, C. Influencing Attitude and Changing Behavior. London: Addison - Wesley Publishing Company, 1977.



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

25 กรกฎาคม 2539

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์

เรียน ผู้จัดการกองบริการตอบแทนลูกค้า
บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

ตามที่ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้เปิดสอนหลักสูตรปริญญาโท สาขานิติศาสตร์พัฒนาการ (ภาคนอกเวลาราชการ) และได้กำหนดให้นิสิตในภาควิชาทุกคนทำวิทยานิพนธ์เพื่อศึกษาปัญหาในด้านการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ การวางแผนใช้สื่อ ตลอดจนการเสนอแนวทางแก้ไขที่จะเป็นประโยชน์ต่อไป

นางสาว วันทนี ศิริสุข นิสิตปริญญาโท ชั้นปีที่ 2 ได้เล็งเห็นความสำคัญ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในฐานะที่เป็นรัฐวิสาหกิจที่ดำเนินงานทางด้านธุรกิจสายการบินแห่งชาติ ตลอดจนได้เล็งเห็นถึงความสำคัญขอโครงการสะสมไมล์ รอยัล ออร์คิต พลัส ที่มีบทบาทอย่างสูงต่อการทำผลกำไรให้กับบริษัทอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน นิสิตจึงมีความสนใจที่จะทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ "ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการสะสมไมล์ รอยัล ออร์คิต พลัส ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)" ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้จะมีคุณค่า และเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อหน่วยงานของท่านดังต่อไปนี้

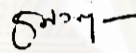
1. เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการสะสมไมล์ รอยัล ออร์คิต พลัส ในอนาคต
2. ผลจากการวิจัยจะทำให้เข้าใจถึงการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ และความต้องการด้านข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนช่องทางของสมาชิก ซึ่งจะเป็นแนวทางในการให้ข้อมูล และเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารตรงตามความต้องการของสมาชิก (client's needs) อันเป็นการสร้างทัศนคติที่ดีแก่สมาชิก
3. ข้อมูลที่ได้จากการวิจัย สามารถนำไปใช้ประกอบการวางแผน และกำหนดนโยบาย การประชาสัมพันธ์ของโครงการสะสมไมล์ รอยัล ออร์คิต พลัส เพื่อการตลาดของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลต่อไป

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการศึกษา คือสมาชิกที่มีภูมิลำเนาในเขต กรุงเทพมหานคร จึงจำเป็นต้องขอความร่วมมือจากท่านในด้านข้อมูลเกี่ยวกับสมาชิกดังต่อไปนี้

1. ขอข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนสมาชิกทั้งหมด โดยแบ่งเป็นจำนวนสมาชิกในแต่ละประเภท คือสมาชิกบัตรชั่วคราว สมาชิกบัตรถาวร และสมาชิกบัตรทอง ที่มีภูมิลำเนาในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งถูกบันทึกไว้ในโครงการ นับตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2536 จนถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2539 เป็นเวลา 3 ปี
2. ขอชื่อที่อยู่ และหมายเลขสมาชิกในแต่ละประเภทตามจำนวน และสัดส่วนที่เหมาะสมของการเป็นกลุ่มตัวอย่าง คือกลุ่มสมาชิกบัตรชั่วคราว สมาชิกบัตรถาวร และสมาชิกบัตรทอง ทั้งนี้ ข้อมูลจากการวิจัยถือเป็นความลับไม่เผยแพร่ทั่วไป แต่จะมอบให้ท่านใช้ประโยชน์ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์จากท่านในด้านข้อมูลแก่ผู้วิจัยดังกล่าว และขอขอบพระคุณ อย่างสูง มา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ



(รศ.ดร.ชานติ นุญลีอ)

หัวหน้าภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถ.พญาไท เขตปทุมวัน
กรุงเทพมหานคร 10330

15 ธันวาคม 2539

เรื่อง ขอความกรุณาในการตอบแบบสอบถาม

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

เนื่องด้วยดิฉัน นางสาววันทนี ศิริสุข กำลังทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ "ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ ในโครงการสะสมไมล์ รอยัล ออร์คิต พลัส ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาโท สาขา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในการนี้ ดิฉันใคร่ขอความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับโครงการสะสมไมล์ดังกล่าว ซึ่งข้อมูลหรือข้อคิดเห็นตลอดจนข้อเสนอแนะของท่าน จะช่วยให้ดิฉันสามารถทำวิทยานิพนธ์ให้สำเร็จลุล่วงได้ และจะเสนอผลที่ได้รับจากการวิจัยครั้งนี้ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม

จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุเคราะห์กรอกข้อมูลในแบบสอบถามที่แนบมานี้ ดิฉันหวังเป็นอย่างยิ่งที่จะได้รับความกรุณาจากท่านและใคร่ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์อย่างสูงมา ณ ที่นี้

อนึ่ง เพื่อเป็นการแสดงความขอบคุณที่ท่านได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าอย่างยิ่งในการให้ข้อมูลครั้งนี้ ดิฉันจะนำแบบสอบถามที่ได้กลับคืนมา ทำการจับรางวัล ในวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2540 โดยมีรางวัลเป็นของที่ระลึกจากบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 50 รางวัล ซึ่งจะจัดส่งให้กับท่านผู้โชคดีโดยตรง จึงขอความกรุณาโปรดส่งแบบสอบถามกลับคืนมายังดิฉัน ภายในวันที่ 31 มกราคม 2540 เพื่อทำการจับรางวัล

ขอแสดงความนับถือ

วันทนี ศิริสุข

(นางสาววันทนี ศิริสุข)

แบบสอบถาม

การวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการสะสมไมล์รอยัล ออร์คิด พลัส
ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

ตอนที่ 1 (โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ และเติมคำลงในช่องที่ตรงกับคำตอบของท่าน)

1. เพศ

[1] ชาย[2] หญิง

2. อายุ _____ ปี

3. ระดับการศึกษา

[1] ต่ำกว่าปริญญาตรี[2] ปริญญาตรี[3] สูงกว่าปริญญาตรี[4] อื่น ๆ (โปรดระบุ _____)

4. อาชีพ

[1] นักเรียน/นักศึกษา[2] รับราชการ[3] พนักงานรัฐวิสาหกิจ[4] พนักงานบริษัทเอกชน[5] นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ[6] อื่น ๆ (โปรดระบุ _____)

5. รายได้ต่อเดือนของท่าน

[1] ต่ำกว่า 10,000 บาท[2] 10,000 - 20,000 บาท[3] 20,001 - 30,000 บาท[4] 30,001 - 40,000 บาท[5] 40,001 - 50,000 บาท[6] มากกว่า 50,000 บาท

6. สถานภาพการสมรส

[1] โสด[2] สมรส[3] หย่าร้าง[4] แยกกันอยู่

7. ท่านเป็นสมาชิกบัตรประเภทใด

[1] บัตรชั่วคราว[2] บัตรถาวร[3] บัตรทอง[4] ไม่ทราบ

สำหรับผู้วิจัย

1 2 3

เลขที่แบบสอบถาม

_____ 4

_____ 5 _____ 6

_____ 7

_____ 8

_____ 9

_____ 10

_____ 11

ตอนที่ 2 (โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับคำตอบของท่านและกรณำทำทุกข้อ)

ท่านได้รับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการรอยัล ออร์คิด พลัส จากสื่อประชาสัมพันธ์เหล่านี้มากหรือน้อยเพียงใด

สำหรับผู้วิจัย

สื่อประชาสัมพันธ์	บ่อยมาก	บ่อย	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก	ไม่เคยเลย	
1. วิทยุกระจายเสียง							_____ 12
2. หนังสือพิมพ์							_____ 13
3. นิตยสารทั่วไป							_____ 14
4. นิตยสารสวัสดิ์							_____ 15
5. นิตยสารกินรี							_____ 16
6. ไปสเตอร์							_____ 17
7. สติกเกอร์							_____ 18
8. แผ่นพับ							_____ 19
9. จุลสาร							_____ 20
10. ไปปลิว							_____ 21
11. จัดหมายโดยตรงถึงสมาชิก							_____ 22
12. พนักงานบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)							_____ 23

ตอนที่ 3 (โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่าน)

ข้อ	คำถาม	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ทราบ	
1.	โครงการรอยัล ออร์คิด พลัส คือโครงการสำหรับการซื้อขายการท่องเที่ยวแบบเหมาจ่าย				_____ 24
2.	โครงการรอยัล ออร์คิด พลัส เป็นโครงการของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)				_____ 25
3.	โครงการรอยัล ออร์คิด พลัส ดำเนินกิจการเกี่ยวกับรายการสะสมไมล์มาเป็นระยะเวลานานมากกว่า 10 ปี				_____ 26
4.	โครงการรอยัล ออร์คิด พลัส ไม่มีกำหนดการปิดรับสมัครสมาชิก				_____ 27
5.	ผู้สมัครเป็นสมาชิกของโครงการรอยัล ออร์คิด พลัส ต้องชำระเงินค่าธรรมเนียมเป็นค่าสมัครสมาชิกกับทางโครงการ				_____ 28

ข้อ	คำถาม	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ทราบ	สำหรับผู้วิจัย
	จำนวนไมล์สะสมของสมาชิกสามารถนำมาแลกเปลี่ยนรางวัลต่างๆตามเกณฑ์ที่ทางโครงการรอยัล ออร์คิด พลัส กำหนดได้				_____ 29
	เด็กที่มีอายุต่ำกว่า 12 ปี สามารถสมัครเป็นสมาชิกของโครงการรอยัล ออร์คิด พลัสได้				_____ 30
	สมาชิกของโครงการรอยัล ออร์คิด พลัส มี 3 ประเภท คือ สมาชิกบัตรชั่วคราว สมาชิกบัตรถาวร และสมาชิกบัตรทอง				_____ 31
	สมาชิกสามารถนำไมล์สะสมมาแลกเปลี่ยนรางวัลบัตรโดยสารเครื่องบินฟรีได้เฉพาะบัตรโดยสารของสายการบินไทยเท่านั้น				_____ 32
0.	สมาชิกต้องแจ้งหมายเลขสมาชิกพร้อมทั้งชื่อและนามสกุลที่ตรงกับที่กรอกไว้ในใบสมัครทุกครั้งเมื่อทำการสำรองที่นั่งกับสายการบินไทย				_____ 33
1.	สมาชิกจะได้รับไมล์สะสม 10 ไมล์เมื่อสมาชิกใช้จ่ายด้วยบัตรอเมริกัน เอ็กซ์เพรสทุกๆ 25 บาท				_____ 34
2.	เมื่อสมาชิกใช้บริการเข้าพักในโรงแรมของเครือดุสิต สมาชิกจะได้รับไมล์สะสมกับทางโครงการรอยัล ออร์คิด พลัสด้วย				_____ 35
3.	สมาชิกต้องมารับเอกสารแจ้งไมล์สะสมด้วยตนเองที่บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เท่านั้น				_____ 36
4.	สมาชิกสามารถขอรางวัลให้กับคู่สมรสและบุตรได้				_____ 37
5.	สมาชิกสามารถไปรับรางวัลต่างๆ ของโครงการรอยัล ออร์คิด พลัส ที่บริษัทธุรกิจการท่องเที่ยวต่างๆไปได้				_____ 38
6.	การชั่งเที่ยวปามือเมืองเหนือของประเทศไทยคือ รางวัลประเภทหนึ่งในโครงการรอยัล ออร์คิด พลัส				_____ 39
7.	สมาชิกจะได้รับไมล์สะสมเมื่อสมาชิกใช้บริการรถเช่าของบริษัทรถเช่าเฮิร์ตซ์ (Hertz)				_____ 40
8.	หลักฐานที่ต้องใช้ในการแจ้งการบันทึกจำนวนไมล์สะสมที่ถูกต้องคือสำเนาบัตรโดยสารเครื่องบินและบัตรที่นั่งบนเครื่องบินของสมาชิก				_____ 41

2. สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการรณรงค์ ออร์คิด พลัส ดังต่อไปนี้ สามารถนำเสนอข่าวสารที่ทำให้สมาชิก
จดจำเรื่องราวที่นำเสนอเกี่ยวกับโครงการรณรงค์ ออร์คิด พลัส ได้มากน้อยเพียงใด

สื่อประชาสัมพันธ์	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	จำไม่ได้เลย	สำหรับผู้วิจัย
1. วิทยุกระจายเสียง							_____ 56
2. หนังสือพิมพ์							_____ 57
3. นิตยสารทั่วไป							_____ 58
4. นิตยสารสวัสดิ์							_____ 59
5. นิตยสารกินรี							_____ 60
6. ไปสเตอร์							_____ 61
7. สติกเกอร์							_____ 62
8. แผ่นพับ							_____ 63
9. จุลสาร							_____ 64
10. โบปลิว							_____ 65
1. จัดหมายโดยตรง ถึงสมาชิก							_____ 66
2. พนักงานบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)							_____ 67

ตอนที่ 5 (โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่าน)

ข้อ	ท่านมีความเชื่อว่า.....	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่ เห็นด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่างยิ่ง	
1.	โครงการรณรงค์ ออร์คิด พลัส เป็นโครงการที่ทำให้สมาชิกได้รับรางวัลและสิทธิประโยชน์อันคุ้มค่า						_____ 68
2.	บุคคลทั่วไปจำนวนมากไม่รู้จักโครงการรณรงค์ ออร์คิด พลัส ว่าคือโครงการเกี่ยวกับรายการสะสมไมล์เพื่อแลกกับรางวัลของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)						_____ 69

ข้อ	ท่านมีความเชื่อว่า.....	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่ เห็นด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่างยิ่ง
3.	โครงการรอยัล ออร์คิด พลัส ยังมีสมาชิกจำนวนมากที่ไม่เข้าใจรายละเอียดและขั้นตอนของการสะสมไมล์และแลกรับรางวัลต่างๆในโครงการ					
						70
4.	การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโครงการรอยัล ออร์คิด พลัส มีความแพร่หลาย สม่ำเสมอ และต่อเนื่องดีอยู่แล้ว					
						71
5.	โครงการรอยัล ออร์คิด พลัส จำเป็นต้องปรับปรุงการให้บริการทางด้านข้อมูลข่าวสารด้วยวิธีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึงสมาชิกได้อย่างแพร่หลายและสื่อความหมายได้อย่างถูกต้องชัดเจนเพิ่มมากขึ้นกว่าในปัจจุบัน					
						72
6.	รางวัลต่างๆของโครงการรอยัล ออร์คิด พลัส เช่น รางวัลบัตรโดยสาร รางวัลการสำรองห้องพักของโรงแรม รางวัลการให้บริการรถเช่า ฯลฯ สามารถสนองตอบความต้องการของสมาชิกได้อย่างเหมาะสม					
						73
7.	โครงการรอยัล ออร์คิด พลัส เป็นโครงการที่ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการเดินทางด้วยสายการบินไทย					
						74
8.	การจัดส่งเอกสารแจ้งจำนวนไมล์สะสมไปยังสมาชิกทุกๆ 2 เดือนเป็นเวลาที่นานเกินไป					
						75
9.	การเป็นสมาชิกของโครงการรอยัล ออร์คิด พลัส ทำให้ได้รับสิทธิพิเศษและความสะดวกสบายมากขึ้น เมื่อเดินทางด้วยสายการบินไทย					
						76
10.	ขั้นตอนในการขอรางวัลต่างๆของโครงการรอยัล ออร์คิด พลัส มีรายละเอียดที่ยุ่งยากและซับซ้อน					
						77
11.	ข้อมูลข่าวสารของโครงการรอยัล ออร์คิด พลัส ที่ไปถึงสมาชิกมีความไม่ชัดเจนและเข้าใจยาก					
						78
12.	เมื่อเปรียบเทียบกับโครงการสะสมไมล์ของสายการบินอื่นๆ โครงการรอยัล ออร์คิด พลัส ให้สิทธิประโยชน์ที่น่าพึงพอใจแก่สมาชิกได้มากกว่า					
						79

สำหรับผู้วิจัย

_____ 70

_____ 71

_____ 72

_____ 73

_____ 74

_____ 75

_____ 76

_____ 77

_____ 78

_____ 79

ตอนที่ ๑ (โปรดเติมข้อความลงในช่องว่าง ตามความเห็นของท่าน)

1. ในกรณีที่ท่านไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารหรือไม่เข้าใจเกี่ยวกับเรื่องราวของโครงการรอยัล ออร์คิด พลัส และท่านต้องการได้ข้อมูลหรือคำอธิบายเพิ่มเติม ท่านจะไปติดต่อหาข้อมูลจากใครหรือที่ใด.....

2. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการรอยัล ออร์คิด พลัส ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน).....

ขอบพระคุณที่ให้ความอนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลครั้งนี้

ผู้วิจัย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้วิจัย

นางสาว วันทนี ศิริสุข เกิดวันที่ 25 พฤษภาคม พ.ศ.2511 ที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี อักษรศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2531 และเข้าศึกษาต่อหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิตยศาสตร์พัฒนาการ (ภาคนอกเวลาราชการ รุ่นที่ 1) ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ เมื่อ พ.ศ.2538 ปัจจุบันทำงานอยู่ที่ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประจำโครงการสะสมไมล์ รอยัล ออร์คิต พลัส



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย