

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

จินตวีร์ เกษมสุข. ทัศนคติของนิสิตนักศึกษาที่มีต่อการนำเสนอวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์โฆษณา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

ชนัญชี่ กาญจนอุไรรัตน์. โฆษณา น้ำผึ้งหรือยาพิษ. สื่อมวลชนปริทัศน์ 4 (2533) : 28.

ชม ภูมิภาค. หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์, 2516.

เดือนจิตต์ จิตต์อารี. วิธีการวิจัยการโฆษณา. กรุงเทพมหานคร : สำนักคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2536.

ธงชัย สันติวงษ์. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2537.

ธีระ จกานโรดม. คุณเบื้องโฆษณานี้แล้วหรือยัง? นิตยสารคู่แค้นรายปักษ์ (มีนาคม 2540) : 118-119.

นกรภิสฎ์ ลักภิตโร. การศึกษาความคิดเห็นของนักเรียนที่มีต่อโฆษณาภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

นลินี ต้นจิตติวัฒน์. ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้บริโภคในการปกป้องสิทธิของตนเองจากข้อความโฆษณาที่ไม่เป็นธรรม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

นัศดา ทมมิต. ความตระหนักรู้และทัศนคติของกลุ่มคนวัยทำงานถึงผลของโฆษณาที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

นิสากร ตันลาพุด. การรับรู้ และเจตจำนงภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ และพฤติกรรมการซื้อและใช้ยาแก้ปวดลดไข้ของกลุ่มผู้ใช้แรงงาน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

- ปรีชา สงกิตติสุนทร. การวิเคราะห์เนื้อหาด้านจริยธรรมในโฆษณา. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตร์มหาบัณฑิต ภาควิชาโสตทัศนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.
- พนา ทองมีอาคม. หลักเบื้องต้นการเขียนโฆษณาส่งพิมพ์: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.
- มนกานต์ หงษ์กราย. ทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทยที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาที่ใช้ทั่วโลก วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- เมญาพิมพ์ สมประสงค์. ความคิดเห็นของผู้รับสารที่มีต่อแนวคิดเรื่องความเป็นไทยในภาพยนตร์โฆษณาที่เน้นความเป็นไทยจากสื่อโทรทัศน์ วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพมหานคร : นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534. (อัดสำเนา)
- รำไพ เกตุดี. "พลังที่ยิ่งใหญ่ในศตวรรษหน้า," นิตยสารคู่แข่ง 17 (สิงหาคม 2540) : 80-98.
- วินัย เจียมวิเศษสุข. ความคิดเห็นที่มีต่อโฆษณาในปัจจุบันกับจรรยาบรรณวิชาชีพโฆษณา. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.
- วีรสิทธิ์ สิทธิไตรย์ และโยธิน แสงวงศ์. การสนทนากลุ่ม: เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ, 2536.
- วุฒิ พงศ์ชัชวาล. ทัศนคติของนักโฆษณาเกี่ยวกับบทบาทของโฆษณาต่อการพัฒนาสังคม. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- สุนิมิต ประทีปเสน. ความสัมพันธ์ระหว่างกาารเปิดรับสารโฆษณาส่งเสริมสังคมกับพฤติกรรมผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

- สุพิน ปัญญามาก. บทบาทและวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์. ใน หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์หน่วยที่1-7. หน้า 95-111. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529.
- สุมน อยู่สิน. การโฆษณากับสังคม. ในธุรกิจการโฆษณาหน่วยที่11-15, หน้า 219 . นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2533.
- สุรีย์ประภา ตรีเวช. ความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับภาษาที่ใช้ในการโฆษณา. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย ภาคศึกษามัธยมศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2523.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช. มหาวิทยาลัย. "พฤติกรรมการสื่อสารในเชิงจิตวิทยาสังคม". เอกสารการสอนชุดวิชาพฤติกรรมศาสตร์การสื่อสารเล่ม2 , 2529.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช. มหาวิทยาลัย. เอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารงานโฆษณา หน่วยที่ 11-15 , นนทบุรี .
- เสรี วงษ์มณฑา. กว่าจะเห็นเป็นโฆษณา. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ดอกหญ้า, 2534.
- เสรี วงษ์มณฑา. โฆษณา: เมื่อมองสองแง่ขยาย. กรุงเทพมหานคร, 2528.
- อวยพร พานิช การใช้ภาษาเพื่อการโฆษณา ใน การสร้างสรรค์และผลิตสิ่งโฆษณา หน่วยที่ 1-8. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2530 .

### ภาษาอังกฤษ

- Aaker A. David, Stayman M. Douglas. Measuring Audience Perceptions of Commercials and Relating them to Ad Impact. Journal of Advertising Research ( August/September 1990) : 7-17.
- Batra, R. ,Mayers, G.J. ,and Aaker, A.D. Advertising Management. 5 th ed. New Jersey : Prentice Hall, 1996.
- Hovland R. , Wilcox B. G. ,Advertising in Society . Illinois : NTC Business Books, 1989.
- Robert H. Ducoffe. How Consumers Assess the Value of Advertising. Journal of Current Issue and Research in Advertising . 18 No.2 (Spring 1995) : 1-18.



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

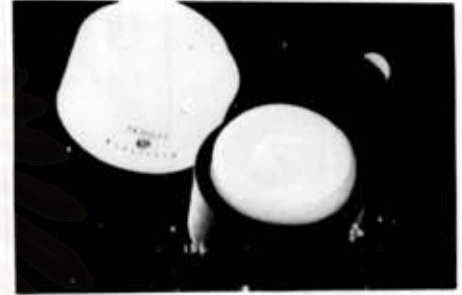
ภาพประกอบภาพยนตร์โฆษณาเบียร์สิงห์ ชุด อเมซิ่ง



-----เสียงดนตรี-----

VO. : "เมืองไทยของเรา ความภาคภูมิใจของเรา เบียร์สิงห์ชวนคนไทยร่วมสัมผัส ได้  
ใกล้... แค่นี้"

ภาพประกอบภาพยนตร์โฆษณาครีมบำรุงผิวพอนด์ส ชุด หน้ากาก



## สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้แสดงหญิง : พออายุใกล้จะ 30 ความร่วงโรยเริ่มถามหา กาลเวลา มลพิษ หรือแม้  
แต่ การหัวเราะเป็นตัวเร่งให้เกิดริ้วรอยแบบนี้ ไม่อยากเห็นตัวเองใน  
สภาพนี้เลย

หน้ากาก : จะห้ามได้หรือ ?

VO. : พอนด์ส พรีเมนท์ แอนด์ คอลเร็คท์

ภาพประกอบภาพยนตร์โฆษณาผงซักฟอกบริดเอกเซล ชุด มนุษย์น้ำ



## สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แม่บ้าน : เฮ้อ.....

-----คนตรีประกอบ-----

VO. : ดึงคราบไม่หยุด เนื้อผ้าไม่เกี่ยว "ทีนี้ใหม่ล่าสุดจากบริด เอกเซล สูตรผสม  
ดับเบิลแอกทีฟ "



ภาพประกอบภาพยนตร์โฆษณาแชมพูแพนทีน ชุด ไม่ต้องตัด/หมวย



## สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หมวย : อย่าเพิ่งยอมแพ้ซี เราก็เคยผมเสียมาก ทำยังไงก็ไม่หาย...ตัด ตัด อยู่นั่นแหละ เนี่ยะ เราใช้แพนทีนเอกตรา ทรีทเมนต์...เห็นจริง ๆ เลยนะว่า สุขภาพผมดีขึ้นเรื่อย ๆ ไว้ผมยาวได้เหมือนเดิม

VO : แพนทีนเอกตรา ทรีทเมนต์สูตรใหม่ เพื่อสุขภาพผมดี จนเงางาม

หมวย : ยอมแพ้ทำไม



ภาพประกอบภาพยนตร์โฆษณาการบินไทย ชุด ช้างบ้าน



-----เสียงดนตรีประกอบ-----

- เด็ก : บ้านของผมอยู่ติดสนามบิน ผันของผมก็อยู่ติดสนามบินด้วย ได้เห็นนกยักษ์ บินเก่ง บินได้ทั้งกลางวัน และกลางคืน ....ได้เห็นพวกที่ตัวเบ้อเริ่ม ทำงานกัน ไม่เคยหยุด ชยันหน้าดู..... ผมก็มีลูกนก ของผมเหมือนกัน...
- VO. : "กว่า 2 หมื่นชีวิตของการบินไทย เราทุ่มเทตลอด 24 ชั่วโมงไม่เคยหยุด ให้สมศักดิ์ศรีสายการบินแห่งชาติ"

ภาพประกอบภาพยนตร์โฆษณากระบะโตโยต้า โทเกอร์ ชุด ลุย



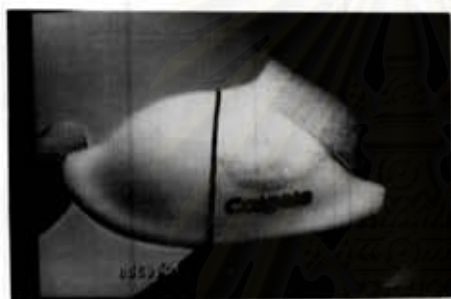
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้แสดงชาย : ไครณะ ? โทเกอร์

-----เพลงประกอบ-----

VO. : "ไฮลักซ์ โทเกอร์ ใหม่กระบะ 3000 GOA"

ภาพประกอบภาพยนตร์โฆษณา ياسีฟันคอลเกต ชุด ทาทา/เปลือกหอย



ทาทา : ใครอยากฟันไม่ผุตามมา

หมอ : ศูนย์วิจัยทันตกรรมคอลเกตขอต้อนรับ...รู้ไหม? ทำอย่างไรฟันจึงแข็งแรง

เด็ก : ใช้...คอลเกต

หมอ : เพราะยาสีฟันคอลเกตมีสูตรประสิทธิภาพสูง ป้องกันฟันผุได้ผล

เด็ก : ฟันเราถึงแข็งแรง

ทาทาและเด็ก : "ฟันไม่ผุอยู่แล้ว"

ภาพประกอบภาพยนตร์โฆษณากาแฟสำเร็จรูป เนสกาแฟ ชูต อรุณสวัสดิ์



-----เพลงประกอบ-----

VO : เนสกาแฟ หอมกรุ่นกาแฟแท้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพประกอบภาพยนตร์โฆษณาเครื่องดื่มเป๊ปซี่ ชุด ยุง



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

-----เสียงเพลงประกอบ-----

VO. : "เป๊ปซี่...อีกหน่อยไหม...เพื่อน.."



ภาพประกอบภาพยนตร์โฆษณาโทรศัพท์เคลื่อนที่ดิจิตอล GSM 2 วัตต์ ชุด นิโคล/คอนเสิร์ต



สถาบันวิทยบริการ

-----เสียงดนตรีประกอบ-----

นิโคล : ไม่คิดเลยว่าจะได้เล่นคอนเสิร์ตกลางทาง ก็ถนนมีแต่ลานจอดรถ จะให้ทำไ  
ทุกอย่างต้องเร่ง นิโคลต้องรีบ เวทีคอนเสิร์ตอยู่ตรงหน้าแท้ๆ แต่ด้วยโทรศัพท์  
เครื่องเดียว คอนเสิร์ตก็เริ่มได้ ก่อนที่นิโคลจะไปถึงเสียอีก

-----เพลงประกอบ-----

VO : "GSM 2 WATT แรง ชัดทุกที"



**แบบสอบถามสำหรับการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง (Recruit Form)**

1. ชื่อ.....
2. เพศ             หญิง                             ชาย
3. อายุ.....ปี
4. สถานภาพ :
  - กำลังศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาที่.....  
โรงเรียน.....
  - กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีที่.....  
คณะ.....มหาวิทยาลัย.....

**ปิดการสัมภาษณ์ ในกรณีนี้ที่**

- กำลังศึกษาเกี่ยวกับสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ วารสารศาสตร์ และ  
การตลาด

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาทัศนคติของนักเรียนและนิสิตนักศึกษาต่อโฆษณาทางโทรทัศน์  
วัตถุประสงค์ เพื่อนำข้อมูลไปใช้ประกอบวิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศ  
ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย  $\sqrt{\quad}$  ในข้อที่เป็นคำตอบของท่านหรือเติมข้อความลงใน  
ช่องว่าง

ส่วนที่ 1: ข้อมูลส่วนตัว

1. ชื่อ-นามสกุล .....  
 คณะ(ถ้ามี).....
1. เพศ  ชาย  หญิง
2. อายุ  15 - 18 ปี  
 19 - 21 ปี  
 22 - 25 ปี
3. ระดับชั้นเรียน  มัธยมศึกษาปีที่ 4  ปริญญาตรีชั้นปีที่ 1  
 มัธยมศึกษาปีที่ 5  ปริญญาตรีชั้นปีที่ 2  
 มัธยมศึกษาปีที่ 6  ปริญญาตรีชั้นปีที่ 3  
 ปริญญาตรีชั้นปีที่ 4
4. รายได้ของตนเองต่อเดือน  1,000-3,000 บาท  
 3,001- 6,000 บาท  
 6,001- 9,000 บาท  
 มากกว่า 9,001 บาท
5. ปัจจุบันอาศัยอยู่กับ  บิดา มารดา  บิดา  
 มารดา  ญาติ  
 อื่น ๆ โปรดระบุ.....

6. อาชีพของบิดา ( ) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ( ) รับจ้าง  
 ( ) พนักงานบริษัทเอกชน ( ) พ่อบ้าน  
 ( ) ประกอบธุรกิจส่วนตัว ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....
7. อาชีพของมารดา ( ) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ( ) แม่บ้าน  
 ( ) พนักงานบริษัทเอกชน ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....  
 ( ) ประกอบธุรกิจส่วนตัว  
 ( ) รับจ้าง

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และสารโฆษณา

8. ในสัปดาห์หนึ่ง คุณเปิดรับสื่อต่อไปนี้บ่อยครั้งเพียงใด

การรับสื่อ	ไม่เคยเลย	น้อยกว่า สัปดาห์ละครั้ง	1-2 ครั้ง/ สัปดาห์	3-4 ครั้ง/ สัปดาห์	5-6 ครั้ง/ สัปดาห์	ทุกวัน
ดูโทรทัศน์						
ฟังวิทยุ						
อ่านหนังสือ พิมพ์						
อ่านนิตยสาร หรือวารสาร						
อื่นๆ (ระบุ)						

9. การดู / ฟัง / อ่าน หรือรับสื่อแต่ละครั้ง ท่านใช้เวลาานานเท่าใด

การรับสื่อ	ไม่เกิน 30 นาที	30 นาทีถึง 1 ชั่วโมง	1-2 ชั่วโมง	2-3 ชั่วโมง	มากกว่า 3 ชั่วโมง ขึ้นไป
ดูโทรทัศน์					
ฟังวิทยุ					
อ่านหนังสือพิมพ์					
อ่านนิตยสารหรือ วารสาร					
อื่นๆ (ระบุ)					

10. ทุกครั้งที่เปิดรับสื่อ เมื่อพบโฆษณาท่านจะดู / ฟัง / อ่าน บ่อยแค่ไหน

การรับสื่อ	ไม่เคยสนใจเลย หรือไม่แน่ใจ	แทบไม่สนใจ	เป็นครั้งคราว	เกือบทุกครั้ง	ทุกครั้ง
ดูโทรทัศน์					
ฟังวิทยุ					
อ่านหนังสือพิมพ์					
อ่านนิตยสารหรือ วารสาร					
อื่นๆ (ระบุ)					

11. ท่านชอบดูโฆษณาหรือไม่

( ) ชอบ (ตอบข้อ 12)

( ) ไม่ชอบ (ตอบข้อ 13)

12. ชอบ เพราะโฆษณา (เรียงจากชอบมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด)

.... ให้ความรู้ใหม่

.... ความสนุกสนาน

.... ให้ข่าวสารเรื่องสินค้าใหม่

.... จรรโลงสังคม

.... มีความคิดสร้างสรรค์

.... อื่นๆ.....

13. ไม่ชอบ เพราะโฆษณา (เรียงจากไม่ชอบมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด)

.... โทกทง/หลอกหลวง

.... ให้ข้อมูลเกินจริง

.... มีโฆษณามากเกินไป

.... น่าเบื่อหน่าย

.... ไม่สร้างสรรค์สังคม

.... อื่นๆ.....

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## แนวคำถามประกอบการสนทนากลุ่ม

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของนักเรียนและนิสิตนักศึกษาที่มีต่อโฆษณาทางโทรทัศน์
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบทัศนคติของนักเรียน และนิสิตนักศึกษาต่อภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์

### ขั้นตอน

1. แนะนำตัวผู้ดำเนินการวิจัยและผู้ช่วยวิจัย
2. กล่าวถึงวัตถุประสงค์การวิจัย และให้ผู้เข้าร่วมการสนทนาแนะนำตัวเอง
3. แจกแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ให้ผู้เข้าร่วมสนทนา
4. เริ่มถามคำถาม
  - ท่านยังมีสื่ออื่นใดอีกบ้างที่เปิดรับ และชอบสื่อใดเป็นพิเศษ เพราะอะไร ให้เหตุผลประกอบ
  - คำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อโฆษณาทางโทรทัศน์โดยทั่วไป
    - คิดว่าภาพรวมของโฆษณาทั้งด้านบวก และด้านลบในปัจจุบันเป็นอย่างไรบ้าง เพราะเหตุใด พร้อมยกตัวอย่างประกอบ
    - เมื่อดูโฆษณาทุกครั้งคุณรู้สึกอย่างไรบ้าง (ไม่เจาะจงสินค้าใดสินค้าหนึ่ง) และเพราะเหตุใดจึงทำให้รู้สึกเช่นนั้น หากมีคนหนึ่งแสดงความเห็นแล้ว ก็จะถามต่อไปว่ามีใครที่เห็นนอกเหนือจากเพื่อน ๆ หรือไม่ (เพื่อต้องการหาความแตกต่างทางความคิดของแต่ละคน)
  - คำถามเกี่ยวกับอิทธิพลของโฆษณาที่มีต่อตนเอง
    - คิดว่าโฆษณามีผลต่อตนเองในด้านใดบ้าง ให้ยกตัวอย่างประกอบอย่างชัดเจน
  - คำถามเกี่ยวกับอิทธิพลของโฆษณาที่มีต่อสังคม
    - คิดว่าการที่มีโฆษณามีอิทธิพลต่อสังคมอย่างไรบ้าง ทั้งด้านที่คิดว่าดีและไม่ดี ลองยกตัวอย่างประกอบ
5. ฉายภาพยนตร์โฆษณาเรื่องที่ 1
  - จากภาพยนตร์โฆษณารู้สึกอย่างไรบ้าง และคิดว่าจุดใดเป็นจุดที่น่าสนใจ และสะดุดตาที่สุด เพราะอะไร



- ชอบ ภาพยนตร์เรื่องนี้หรือไม่ และอะไรทำให้รู้สึกเช่นนั้น เพราะอะไร หากว่ามีคนบอกว่า ชอบ ตามต่อว่าแล้วที่ไม่ชอบมีหรือไม่ (เพื่อให้ได้ความคิดเห็นอีกด้านหนึ่งและเป็นการให้คนอื่นคิดตามด้วย) ถ้ามีตรงจุดใด และเพราะอะไร
- จะนำองค์ประกอบในโฆษณา เช่น เรื่องราว ภาพ คำพูด จาก ตัวแสดง เพลง ประกอบ มาเป็นคำถามนำเพื่อให้ผู้เข้าร่วมการสนทนาคนอื่นนึกขึ้นได้และพูดขึ้นมา

6. ฉายภาพยนตร์โฆษณาเรื่องต่อไป



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## ประวัติผู้เขียน

นางสาวเบญจา แซ่เขี้ย เกิดเมื่อวันที่ 11 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2518 ที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จบการศึกษาระดับปริญญาตรีจากคณะรัฐศาสตร์ วิชาเอกบริหารรัฐกิจ วิชาโท การตลาด จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เมื่อปี พ.ศ. 2539 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตร ปริญญาโทบริหารบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปี พ.ศ. 2540



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย