

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

เกริกเกียรติ พิพัฒน์เสรีธรรม. ทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจไทย. สยามรัฐ
สัปดาห์วิจารณ์ (28 กันยายน 2531): 46.

จิตตเสน วิวัฒนาโพบลย์ลาภ. ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้กิจการตัวแทน
โฆษณา. วิทยานิพนธ์ปริญฎามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2527.

จารุณี มีชนอน. ทัศนคติของนักศึกษาแพทย์ต่อการปฏิบัติงานสาธารณสุขใน
ชนบท. วิทยานิพนธ์ปริญฎามหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร
ศาสตร์, 2507.

เฉลิมชัย ผู้พัฒน์. ผลของความร่วมมือในโฆษณาที่มีต่อการใช้ภาษาไทยของ
นักศึกษาปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1. วิทยานิพนธ์ปริญฎามหาบัณฑิต
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.

เฉลี่ยว บุรีภักดี. จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์คุรุสภา,
2517.

ชัชณะ รุ่งปัจฉิม. ทฤษฎีการพัฒนา: ปัญหาแนวทางการพัฒนาในประเทศไทย.
วารสารสังคมศาสตร์วิทยาลัยครูเพชรบุรี 9 (สิงหาคม 2529):
10,28.

ณรงค์ ลินสวัสดิ์. จิตวิทยาทางการเมือง. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์
ดวงกมล, 2518.

ถวิล ธาราภรณ์. จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์พีระทัศน์,
2524.

ธานี เจตจันทร์ประภา. ประโยชน์ของการโฆษณาที่มีต่อผู้บริโภค. นิเทศสาร
7 (มีนาคม 2522): 52-53.

นพรัตน์ วงศ์กลตุต. โฆษณาทางโทรทัศน์กับบทบาทและสถานการณ์ของสตรีไทย.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2531.

นันทิรัตน์ อยู่พูล. ทัศนคติของชาวกทม. ต่อการโฆษณาของธนาคารพาณิชย์ผ่าน
สื่อมวลชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
2531.

ปกรณ์ อังศุสิงห์. การพัฒนาสังคม. พระนคร: โรงพิมพ์ไทยเซม, 2508.

ประกอบ จ้างพานิช. ทิศทางการพัฒนาสังคม. วารสารเศรษฐกิจและสังคม
21 (มีนาคม-เมษายน 2527): 2.

ประธาน พงศ์ประยูร. ผลกระทบของการควบคุมการโฆษณาของรัฐ ต่อการ
ผลิตภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.

ประภาเพ็ญ สุวรรณ. การวัดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมอนามัย.
กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2523.

ประสิทธิ์ มริตคนะพร. ทวเนียบธุรกิจโฆษณา 2532.

กรุงเทพมหานคร: พงษ์วารินการพิมพ์, 2532.

ประเสริฐ แยมกลิ่นพึ้ง. สังคมไทยกับการเปลี่ยนแปลงไปสู่ประเทศอุตสาหกรรม
ใหม่: แนวโน้มและปัญหา. วารสารสังคมศาสตร์ 25 (สิงหาคม
2531): 182.

ปรีชา สังกัดศิสุนทร. การวิเคราะห์เนื้อหาด้านจริยธรรมในโฆษณา.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.

พรชัย ปิยะ เกตุิน. ทัศนคติของผู้บริโภคเครื่องสำอางค์ในเขตกรุงเทพมหานคร.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.

พรทิพย์ ชัยศิริโรจน์. โฆษณากับความรับผิดชอบต่อสังคม. สารนิพนธ์

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
2523.

พลชาติ ไกรบุญ. หลักการและกลยุทธ์ในการโฆษณาและส่งเสริมการขาย.

วารสารเพิ่มผลผลิต 26 (เมษายน-พฤษภาคม 2527): 23.

ภาวະ เศรษฐกิจไทย ปี 2531. รวมประชาชาติธุรกิจฉบับพิเศษ (24-26
สิงหาคม 2531): 68.

มาลี เครือจีตต์อนันต์. บทบาทของการรณรงค์โฆษณาในธุรกิจบ้านจัดสรร.

วิทยานิพนธ์ปริญฑามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2531.

ไมตรี อึ้งภากรณ์. การโฆษณาเป็นการสูญเปล่าหรือไม่. นิเทศสาร 5
(สิงหาคม 2529): 102-103.

วิรัช ลภีรัตนกุล. ความหมายและความสำคัญของการโฆษณาและการ

ประชาสัมพันธ์. ใน สุนน อยู่สิน (บรรณาธิการ) หลักการโฆษณา
และการประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 1-7. หน้า 1-52.

กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เอเชียเพรส, 2529.

ศมกมล ลิ้มบิชัย. บทบาทของระบบธุรกิจเทปเพลงไทยสากลต่อการสร้างสรรค์

ผลงานเพลง. วิทยานิพนธ์ปริญฑามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2532.

ศรัทธวัฒน์ อธิธิระวิวงศ์. บทบาทของกองเผยแพร่และควบคุมการโฆษณา

กระทรวงสาธารณสุข ในการพิจารณาควบคุมการโฆษณาสินค้าประเภท
อาหารและยา. วิทยานิพนธ์ปริญฑามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2525.

สยม รัตนวิจิตร. แง่คิดบางประการในการพัฒนาสังคม. วารสารเศรษฐกิจ

ปริทรรศน์ 3 (มกราคม 2513): 24.

- สุรีย์ประภา ตรีเวช. ความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับภาษาที่ใช้ในการโฆษณา. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2523.
- สุภางค์ จันทวานิช. วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.
- เสรี วงษ์มณฑา. คุณค่าของการโฆษณา. ฐานเศรษฐกิจฉบับพิเศษ
(5-10 กันยายน 2531): 16.
- หลุย จาบาเทศ. จิตวิทยาการจูงใจ. (ม.ป.ท., ม.ป.ป.)
- อุทัย หิรัญาค. หลักสังคมวิทยา. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พีระพัฒนา,
2522.
- อุบลวรรณ บิดพัฒนะโฆษิต และ อวยพร พานิช. วิวัฒนาการของภาษาโฆษณา
ในหนังสือพิมพ์ไทย (พ.ศ. 2387-2527). กรุงเทพมหานคร:
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528.

ภาษาอังกฤษ

- Allport, W.G. A handbook of social psychology.
Worcester: Clark University Press, 1935.
- Colley, R.H. Advertising organization. New Jersey:
Association of National Advertisers, Inc., 1957.
- Dunn, S.W. Advertising its role in modern marketing.
2 nd ed. Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1969.
- Fishbein, M. Attitude Theory and Measurement. New York:
John Wiley, 1967.

- Foster, R.C. Psychology for life adjustment. Chicago: American Technical Society, 1952.
- Kaufman, L. Essential of advertising. Harcourt Brace Jovanovich, Inc., 1980.
- Kiesler, C.A., Collins, B.E. , and Miller, N. Attitude change: A critical of theoretical approaches. New York: John Wiley & Sons, 1969.
- Mandell, M.J. Advertising. New Jersey: Prentice Hall, Inc., 1968.
- Oxenfeldt, A.R., and Swan, C. Management of the advertising function. California: Wadsworth, 1964.
- Pattis, W. S.W. Opportunities in advertising. Lincolnwood: National Textwood, 1974.
- Shaw, M.E. and Wright, I.M. Scale for the measurement of attitude. New York: McGraw-Hill, 1976.
- The Committee on Definitions. Advertising definitions. New York: American Association of Advertising Agencies, 1968.
- Wright, J.S., and Warner, D.S. Advertising. New York: McGraw-Hill Book Co., 1977.

ภาคผนวก ก .

แบบสอบถาม

แบบสอบถามเรื่องทัศนคติของนักโฆษณาเกี่ยวกับบทบาทของโฆษณา
ต่อการพัฒนาสังคม จัดทำขึ้นเพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการเขียนวิทยานิพนธ์เพื่อเป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โปรดทำเครื่องหมายวงกลมหน้าข้อความที่เป็นคำตอบของท่าน หรือเติมคําลง
ในช่องว่าง

1. เพศ

1. ชาย
2. หญิง

2. อายุ

1. ต่ำกว่า 20 ปี
2. 20-25 ปี
3. 26-30 ปี
4. 31-35 ปี
5. 36-40 ปี
6. 41-45 ปี
7. 46-50 ปี
8. 51-55 ปี
9. มากกว่า 55 ปี

3. ท่านสำเร็จการศึกษาระดับ

1. มัธยมศึกษาตอนต้น
2. มัธยมศึกษาตอนปลาย
3. ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)
4. ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
5. อนุปริญญา
6. ปริญญาตรี
7. ปริญญาโท
8. ปริญญาเอก
9. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

4. ถ้าท่านสำเร็จการศึกษาตั้งแต่ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพขึ้นไป ท่าน
จบสาขาใด

1. นิเทศศาสตร์/วารสารศาสตร์/สื่อสารมวลชน
2. ศิลปศาสตร์/อักษรศาสตร์
3. รัฐศาสตร์
4. เศรษฐศาสตร์
5. บัญชี/บริหารธุรกิจ
6. นิติศาสตร์
7. สถาปัตยกรรมศาสตร์
8. ศิลปกรรมศาสตร์
9. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

5. ประสบการณ์ในการทำงานของท่าน

1. น้อยกว่า 5 ปี
2. ระหว่าง 5-10 ปี
3. มากกว่า 10 ปี

6. ตำแหน่งงานของท่าน

7. ชื่อบริษัทของท่าน

แบบสัมภาษณ์

ชื่อ-สกุล _____

สถานภาพในบริษัทโฆษณา

_____ ฝ่ายสร้างสรรค์งานโฆษณา (Creative Department)

_____ ฝ่ายบริการลูกค้า (Client Service Department)

ชื่อบริษัทตัวแทนโฆษณา _____

1. โฆษณาที่มีคุณภาพควรมีลักษณะอย่างไร
2. ท่านคิดว่า Tact Award เป็นเครื่องบ่งชี้ว่าโฆษณามีประสิทธิภาพได้หรือไม่
3. ผลงานโฆษณาที่ท่านพอใจ ตัวอย่าง
4. โฆษณามีบทบาทต่อคุณภาพและราคาของสินค้าหรือไม่
5. โฆษณามีบทบาทต่อสังคมอย่างไร
6. ท่านคิดว่า บทบาทของโฆษณาต่อการพัฒนาสังคมในอดีตและปัจจุบันแตกต่างกันอย่างไร
7. ท่านคิดว่า ในความเป็นจริงโอกาสที่จะสร้างงานโฆษณาเพื่อพัฒนาสังคมมีมากน้อยเพียงใด อะไรเป็นปัจจัยเสริม หรือข้อจำกัด

8. ท่านคิดว่า ปัจจุบันโฆษณาเพื่อพัฒนาสังคมโดยตรง เช่น โครงการอีสานเขียว , การส่งเสริมการเครพกฎจรรยาจร ฯลฯ สามารถโน้มน้าวใจให้ประชาชนตระหนักถึงการพัฒนาสังคมและเกิดการปฏิบัติงามได้หรือไม่ อะไรเป็นปัจจัยเสริม หรือข้อจำกัด
9. ท่านคิดว่า โฆษณาสินค้าและบริการจะสามารถมีบทบาทต่อการพัฒนาสังคมหรือไม่ อย่างไร , ตัวอย่าง
10. ท่านคิดว่า โฆษณาเพื่อพัฒนาสังคมควรมีการปรับปรุงด้านใด โดยวิธีใด
11. แนวโน้มเกี่ยวกับบทบาทของโฆษณาที่มีต่อการพัฒนาสังคมจะเป็นอย่างไรต่อไป

ภาคผนวก ข.

รายชื่อนักโฆษณาที่ได้รับการเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง

บริษัทตัวแทนโฆษณาขนาดใหญ่

ฝ่ายบริการลูกค้า

1. คุณกรรณิการ์ จินะดิษฐ์
Account Executive
บริษัท Thai Hakuhodo จำกัด
2. คุณกษมา สุกุลอิสริยาภรณ์
Senior Account Director
บริษัท Synergie Communication จำกัด
3. คุณพวงพร รัตนบุญทอง
Account Executive
บริษัท Chuo Senko จำกัด

4. คุณวรรณมา ชัยสพัฒนากุล

Account Director

บริษัท Ogilvy & Mather จำกัด

5. คุณสุวิมล ชนะเทพาพร

Account Director

บริษัท DDB & Needham Worldwide จำกัด

6. คุณอุดมศักดิ์ วงษ์ประเสริฐ

Account Director

บริษัท Dai-Ichi Kikaku (Thailand) จำกัด

ฝ่ายสร้างสรรค์งานโฆษณา

1. คุณชนะวัฒน์ บุกหุด
Creative Director
บริษัท Amex & Grey จำกัด
2. คุณนุชนารถ อธิ์พลโอฟาร
Copy Writer
บริษัท Cathay Communication จำกัด
3. คุณนิภา มาสร้างรอง
Copy Writer
บริษัท Chuo Senko จำกัด
4. คุณพิพัฒน์ จุรรักษ์พงศ์
Copy Writer
บริษัท Amex & Grey จำกัด
5. คุณยุพิน โชติชีวะกุล
Copy Writer
บริษัท Thai Hakuodo จำกัด
6. คุณอรนุช ไตรศรีงษ์ทัศนาศนา
Copy Writer
บริษัท Chuo Senko จำกัด

บริษัทตัวแทนโฆษณาขนาดกลางฝ่ายบริการลูกค้า

1. คุณกันทิมา รักษัตริ
Senior Account Executive
บริษัท CVT & Bercia จำกัด

2. คุณธันว์ บุรณะ
Account Executive
บริษัท Excalibur จำกัด

3. คุณธีรเนตร ชูช่วยชน
Account Executive
บริษัท Saatchi & Saatchi Advertising จำกัด

4. คุณพรประยูร อิศรศักดิ์ ณ ออยุธยา
Account Director
บริษัท Marketforce Advertising จำกัด



5. คุณวิภา คำนอนันต์สุข
Account Executive
บริษัท CVT & Bercia จำกัด

6. คุณสรารุช สุรินทร์
Account Executive
บริษัท Mayford จำกัด

ฝ่ายสร้างสรรค์งานโฆษณา

1. คุณจรัสแสง เตชะวณิช
Senior Copy Writer
บริษัท Saatchi & Saatchi Advertising จำกัด
2. คุณธวัชชัย ฤดีอมรเกียรติ
Creative Director
บริษัท Century Advertising จำกัด
3. คุณบรรณนาท ไชยพาน
Creative Consultant
บริษัท Excalibur จำกัด
4. คุณบุษชัย จักราวราช
Art Director
บริษัท Saatchi & Saatchi Advertising จำกัด
5. คุณพิศิษฐ์ ธรรมชนา
Creative Director
บริษัท Marketforce Advertising จำกัด
6. คุณสุธารัตน์ สิ้นธนาวา
Copy Writer
บริษัท CVT & Bercia จำกัด

บริษัทตัวแทนโฆษณาขนาดเล็กฝ่ายบริการลูกค้า

1. คุณจุมพล เพียรภักดิ์
Account Executive
บริษัท Massive Advertising จำกัด
2. คุณพงษ์เทพ ลอยประเสริฐ
Account Director
บริษัท Victor Promotion จำกัด
3. คุณพลชาติ ไกรบุญ
Account Director
บริษัท Kraiboon Advertising จำกัด
4. คุณพีรช ัมพิพิธ
Account Director
บริษัท Morio Advertising จำกัด

5. คุณภากร สาริมาณ

Account Executive

บริษัท Format Advertising จำกัด

6. คุณอนันต์ เป้าประเสริฐกุล

Account Director

บริษัท Meitsu (Thailand) จำกัด

ฝ่ายสร้างสรรค์งานโฆษณา

1. คุณชัยวัฒน์ เพชรกุล
Creative Group Head
บริษัท Victor Promotion จำกัด
2. คุณบรรพต แซ่ลิ้ม
Copy Writer
บริษัท Phoenix International Advertising จำกัด
3. คุณลลิต เลิศไม้ไผ่
Creative Director
บริษัท Advertising Network (ADNET) จำกัด
4. คุณสุชน หล่อสมิทธิกุล
Creative Director
บริษัท Massive Advertising จำกัด
5. คุณสุพัตรา ศิระโรจนกุล
Copy Writer
บริษัท Feather & Stone จำกัด
6. คุณอานวย ชลประเสริฐกุล
Art Director
บริษัท Format Advertising จำกัด

ภาคผนวก ค.

ประวัติการโฆษณาในประเทศไทย

การโฆษณามีบทบาทสำคัญต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคมไทยปัจจุบัน เพราะการโฆษณาเป็นเครื่องมือทางการตลาดซึ่งจะเอื้ออำนวยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ การโฆษณาในประเทศไทยได้พัฒนารุดหน้าอย่างรวดเร็ว จนกระทั่งกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของคนไทย

การโฆษณาของไทยมีมาตั้งแต่สมัยกรุงสุโขทัยเป็นราชธานี ตั้งแต่คนไทยเริ่มมีสินค้า มีคนขายและคนซื้อ แต่หลักฐานการโฆษณาชิ้นแรกของไทยที่ปรากฏชัดเจนคือ การโฆษณาในหนังสือพิมพ์รายบักษ์ชื่อ "หนังสือจดหมายเหตุ" หรือ "The Bangkok Recorder" ซึ่งโฆษณาชิ้นแรกของไทยนั้นเป็นโฆษณาอู่ต่อเรือบางกอกด็อก (Bangkok Dock) ซึ่งมีรูปแบบการโฆษณาเป็นลักษณะการแจ้งความบอกให้ผู้อ่านทราบ ไม่มีภาพประกอบและไม่มีการล้อมกรอบให้เห็นเด่นชัด

การโฆษณาของไทยได้รับการวางรากฐานอย่างสมบูรณ์จากพระบิดาแห่งวงการโฆษณาไทย "พระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน" พระองค์ทรงนำรูปแบบการโฆษณาแบบตะวันตกมาใช้กับการโฆษณาไทย พระองค์ทรงตั้งแผนกโฆษณาของกรมรถไฟพร้อมทั้งวางแผน และหลักปฏิบัติงานโฆษณาเป็นอย่างดี นอกจากนั้น พระองค์ทรงตั้งบริษัทรับจ้างโฆษณารุ่นแรกในประเทศไทย ในปี 2476 ได้แก่ บริษัท สยามแอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด แต่ธุรกิจการโฆษณาได้ซบเซาลงเมื่อเกิดสงครามโลกครั้งที่ 2

ปี 2489 เมื่อสงครามสงบ ภาวะเศรษฐกิจฟื้นตัว มีการค้าขายมากขึ้น ทำให้เกิดการแย่งตลาดระหว่างสินค้าใหม่และสินค้าเก่า ทำให้การโฆษณากลับ มาสู่ความสำคัญอีกครั้ง เกิดบริษัทโฆษณารุ่น 3 บริษัท คือ บริษัท โกรีกแอดเวอร์-ไทซิ่ง จำกัด บริษัท แกรนด์ อี แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด และ บริษัท คาเธ่ย์ แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด

หลังจากการเปิดสถานีโทรทัศน์ช่อง 4 ในปี 2495 ทำให้การโฆษณาเจริญขึ้นอีกมาก บริษัทโฆษณาจากต่างประเทศได้มาเปิดสาขาในประเทศไทย เริ่มเข้ามาเปิดกิจการรับจ้างโฆษณาให้กับบริษัทห้างร้านในประเทศไทย ที่ต้องการโฆษณาสินค้าหรือบริการของตน นับเป็นยุคเริ่มต้นของการทำธุรกิจโฆษณาอย่างแท้จริง

หลังปี 2500 บริษัทใหญ่ ๆ ตั้งแผนกโฆษณาของตนเอง การโฆษณาเริ่มเจริญและเป็นปึกแผ่นขึ้น ประกอบเป็นยุคการปฏิวัติตลาด เกิดภาวะวิกฤตการณ์ของน้ำมัน การขาดดุลการค้า รัฐต้องออกกฎหมายควบคุมการนำเข้า พร้อมทั้งส่งเสริมการผลิตสินค้าในประเทศ ทำให้อุตสาหกรรมขยายตัวส่งผลให้ธุรกิจโฆษณาเจริญตาม แรงผลักดันทางการเมืองเกิดการจำกัดสิทธิ และอาชีพของคนต่างด้าว ทำให้บริษัทต่างชาติต้องเปลี่ยนรูปแบบให้คนไทยมีหุ้นและมีสิทธิในการบริหารมากขึ้น ทำให้เกิดบริษัทโฆษณาของคนไทยหลายแห่ง และแผนกโฆษณาของหลายบริษัทก็พากันแยกตัวออกมาเป็นบริษัทโฆษณาสระ

ทุกวันนี้ธุรกิจโฆษณาก็เป็นอุตสาหกรรมที่สมบูรณ์แบบ มีเงินทุนหมุนเวียนหลายพันล้านบาท นอกจากนี้การโฆษณายังเป็นปัจจัยช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของชาติอย่างชัดเจนและเป็นแหล่งเงินทุนของสื่อมวลชน



ประวัติผู้เขียน

นายวุฒิ พงศ์ชัชวาล เกิดวันที่ 4 มิถุนายน พ.ศ. 2509 ที่จังหวัด กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาการโฆษณา ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2530 ปริญญาตรีบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เมื่อพ.ศ. 2531 ระหว่างเรียนในปีการศึกษา 2531 ได้รับทุนผู้ช่วยสอน จากบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย