

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- เกษม จันทรน้อย. สื่อประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : บริษัทนานมี จำกัด, 2537
- จินตนา สุนทรโรทก. การรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด การใช้สารเคมีป้องกัน กำจัดศัตรูข้าวของเกษตรกรในเขตโครงการพยากรณ์ และเตือนการระบาดของศัตรูข้าว จ.ชัยนาท. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2523.
- จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- จารุณี บุญนิพัทธ์. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร กับความตระหนัก ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมเรื่องสิ่งแวดล้อมของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรม เขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- ซาร์ดีน เชิดชัย. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร : บริษัท บพิธการพิมพ์, 2527.
- ชาญชัย เจริญลาภติลก. กระบวนการรณรงค์ทางการสื่อสารเพื่อสังคม "โครงการถนนสีขาว". วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- ต้องฤดี ปุณณกันต์. การเปิดรับการสื่อสารกับการพัฒนาความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมของประชาชนตามโครงการขยายฐานประชาธิปไตยสู่ปวงชน : ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอนครหลวง จ.พระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

- นฤมล โรหิตจันทร์. ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อความรู้ ทักษะคิดเกี่ยวกับโครงการ "รักเจ้าพระยากับตาวีเศษ" ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- นิยะดา ชุตตะวงศ์ และนิพนนาท โอพารวรรุฒิ. พฤติกรรมศาสตร์ทางธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: บางกอกการพิมพ์, 2520.
- บุษบา ภูสกุล. พฤติกรรม การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการรักษาทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้าน ป่าไม้ อำเภอวัฒนานคร จังหวัดปราจีนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- บุษบา สุธีธร. การบริหารงานประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์ ใน เอกสารชุดวิชาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 7. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2530.
- ปรมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2538.
- พจนา วาสิกรัตน์. ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์โครงการชิงค์เอิร์ธในการให้ความรู้และทักษะคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแก่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- พรพิมล วรดิลก. พฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารที่มีผลกระทบต่อการยอมรับการปลูกกาแฟของเกษตรกรในท้องที่กิ่งอำเภอ พะโต๊ะ จังหวัดชุมพร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2524.
- พิมลพรรณ สุทธิพงศ์. การรับทราบข่าวสารจากสื่อมวลชนกับการรับทราบข่าวสารการรณรงค์จากสื่อมวลชน จิตสำนึก และการมีส่วนร่วมในการใช้น้ำอย่างประหยัด ของประชาชน

- ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชา
สัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- พิไลวรรณ กาญจนลักษณ์. ประสิทธิผลของเสียงตามสายที่มีต่อการรับฟังและการรับรู้ข่าว
สารทางด้านสาธารณสุข. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533
- พีระ จิระโสภณ. ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. ในเอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อ
สารหน่วยที่ 11. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529.
- ไพลิน ศศิธนากรแก้ว. การเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ ความรู้ ความตระหนัก และ
การมีส่วนร่วมในการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาล
งกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- มณฑล ไบบัว. ประสิทธิผลของการเผยแพร่ความรู้เรื่อง “เทมเป้” ในร้านอาหารชมรมมังสวิรัต
แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะ
นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. การใช้สื่อมวลชนเพื่อประโยชน์และวามพึงพอใจ: ทฤษฎีงานวิจัยข้อเสนอ
ต่อการศึกษาในเทศศาสตร์พัฒนาการ. วารสารนิเทศศาสตร์ โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2528
- รุจิรรัตน์ ชูทองรัตน์. ประสิทธิผลของการให้ความรู้โดยใช้สื่อบุคคลและภาพพลิกต่อการเพิ่ม
ความรู้และเปลี่ยนแปลงทัศนคติของหญิงมีครรภ์ที่มาใช้บริการ ณ โรงพยาบาลศิริ
ราช. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.

- ลดาวัลย์ ยมจินดา. การใช้เครื่องมือสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: กิ่งจันทร์
การพิมพ์, 2527.
- ลักษณ์ สตะเวทิน. หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : บริษัท เพ็ญฟ้า พรินต์ติ้ง จำกัด,
2540.
- ดวงภัสสร พาณิชสุภผล. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เรื่องโรคเอดส์ของสมาคมพัฒนาประชา
กร และชุมชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะ
นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- ทิพารัตน์ เต็นชัยประดิษฐ์. กลยุทธ์และประสิทธิผลของโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุ
จราจรจากการดื่มสุรา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- วีรัช ลภีรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2538.
- วิเชียร เกตุสิงห์. คู่มือการวิจัย การวิจัยเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร, 2534.
- สุวารีย์ วงษ์วัฒนา. พฤติกรรม的开รับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมใน
การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนชาวแพ ในจังหวัดพิษณุโลก. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2536.
- อนันต์ธนา อังกินันท์. การผลิตและการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร:
มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2524.
- อรารรณ ปิลันธน์โอวาท. การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลง
กรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

ภาษาอังกฤษ

Allport, G.W. A handbook of Social Psychology. Worcester, Clark University Press, 1947.

Carter V. Good. Dictionary of Education. New York: McGraw-Hill Book Company, 1973.

Cutlip M. Scott and Alen H. Center. Effective Public Relations. , (5th ed.). Eaglewood
Cliff N.j. Prentice-Hall, 1978.

Defleur, M.L., and Roekeach, S., Ball. Theories of Mass Communication (4th ed.). New
York: Longman, 1982.

Fishbein, Martin. Attitude Theory and Measurement. New York: John Wiley, 1967.

Klapper T. Joseph. The Effect of Mass Communication. Illinois: The Free-Press, 1968.

Rogers M., Everette, and Rogers, Rekha, Agarwals. Communocation in Organizations.
New York: The Free Press, 1976.

Rogers M., Everette. Communication Channels in Handbook of Communication.
Chicaco: Rand Mc Nelly, 1978.

Show. M.E., and Wright. Scale of Measurement of Attitude. New York: McGraw-
Hill. 1976.

W. Brembeck and W. Howell, Persuasion: A Means of Social Influence (N.j.: Prentice-
Hall, Inc., 1976)

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก .

MEDIA SCHEDULE

โครงการรณรงค์ “อ่านฉลาดก่อนซื้อ”

ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

MEDIA SCHEDULE

CLIENT สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข DATE 26 กุมภาพันธ์ 2540
 PRODUCT ยานเภสัชภัณฑ์ 30,15 วันาที PERIOD พฤษภาคม 2540

MEDIA	TIME	พฤษภาคม																															NO OF SPOT	RATE PER SPOT	TOTAL COST				
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31							
ข่าวประจำวัน	30 วิ					M																														2	75,000.0	150,000.00	
	15 วิ																																			1	37,500.0	37,500.00	
ภาพยนตร์ฝรั่ง (แอนิเมชัน)	30 วิ	X					X																													2	27,000.0	(54,000.00)	
	15 วิ																																			1	13,500.0	(13,500.00)	
ละครวิทยุใหม่ไทบ้านผสม	30 วิ		X							X																										2	70,000.0	140,000.00	
	15 วิ																X																			3	35,000.0	105,000.00	
ละคร 6/16 ไร่บรืสุทธ์	30 วิ			X						X																										2	67,500.0	135,000.00	
	15 วิ																	X																	2	33,750.0	67,500.00		
ผู้หญิงวันแ่	30 วิ		X							X																										2	42,500.0	85,000.00	
	15 วิ																X																		3	21,250.0	63,750.00		
ผู้หญิงอวกาศ	30 วิ	X						X																												2	37,500.0	75,000.00	
	15 วิ															X																			3	18,750.0	56,250.00		
ภาพยนตร์สั้นตลกตัวกับหมา	30 วิ	X																																		1	100,000.0	100,000.00	
	15 วิ																																			1	50,000.0	50,000.00	
แถบอุณหตอง	30 วิ		X						X																											2	80,000.0	160,000.00	
	15 วิ																X																			2	40,000.0	80,000.00	
ละครรักไร้ข้อับ	30 วิ			X						X																											2	125,000.0	250,000.00
	15 วิ																																				3	62,500.0	187,500.00
ทิวไรท์โชว์	30 วิ			X																																1	100,000.0	100,000.00	
	15 วิ																X																			2	50,000.0	100,000.00	

CLIENT _____
 MEDIA _____
 ACCOUNT SERVICE _____

MEDIA SCHEDULE

CLIENT สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข DATE 26 กุมภาพันธ์ 2540
 PRODUCT ยานยนต์อากาศ 30.15 นาที PERIOD พฤษภาคม 2540

MEDIA	TIME	พฤษภาคม																															NO OF SPOT	RATE PER SPOT	TOTAL COST
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
ข่าวประจำวัน	30 จั						X																												
	15 จั																																		
ละครดาวใจพิสุทธิ์	30 จั					X																													
	15 จั																																		
ละครกระซอมนั้ไข	30 จั	X																																	
	15 จั																																		
ละครที่ตด่าบูชบา	30 จั		X														X																		
	15 จั																																		
ละคร1001ราตรี	30 จั	X																						X											
	15 จั																																		
ละครรวมพลคน(เงา)ไข	30 จั			X																															
	15 จั																X																		
ภาพยนตร์วันศุกร์	30 จั			X																															
	15 จั																																		
บดคภาพยนตร์	30 จั				X																														
	15 จั																																		
ทิ้งระเบิดถึงสัาน	30 จั														X																				
	15 จั																																		
เว้าทอนง	30 จั			X																				X											
	15 จั																	X																	

CLIENT _____
 MEDIA _____
 ACCOUNT SERVICE _____

MEDIA SCHEDULE

CLIENT สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข DATE 26 กุมภาพันธ์ 2540
 PRODUCT ข่าณคาก่อนข้อ 15 วันที่ PERIOD กุมภาพันธ์ 2540

MEDIA	TIME	กุมภาพันธ์																															NO OF SPOT	RATE PER SPOT	TOTAL COST			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31						
ข่าวประจำวัน	1800		M																																	2	37,500.0	75,000.00
ภ.ศรีง.จัน (ณม)	0900		x						x																											2	13,500.0	(27,000.00)
ละครอบากกิดใหม่ใกล้บ้านเธอ	1100												x										x													3	35,000.0	105,000.00
ละคร 6/16 รัยบบริสุทธิ์	1145		x											x										x											2	33,750.0	67,500.00	
ผู้หญิงจำเป็น	0800													x										x											3	21,250.0	63,750.00	
ผู้หญิงยากู้	0730			x						x																									3	18,750.0	56,250.00	
ภาพยนตร์จันคชณภณภักัาหวตา	1900				x						x																								2	50,000.0	100,000.00	
แบบคุณตอง	1430															x																			2	40,000.0	80,000.00	
ละครรักไร้ถิ่นลับ	1825														x																				2	62,500.0	125,000.00	
ทอล์กโชว์	1430														x																				2	50,000.0	100,000.00	
योग 5																																						
ข่าวประจำวัน	2000		x				x			x																										4	31,250.0	125,000.00
ทีวี 5 เด็ดแตดอง (ณม)	1040		x																																	4	17,500.0	(70,000.00)
ณค. นงจันคชณภณภักัาหวตา	1900														x																					4	57,500.0	230,000.00
บ้านเลขที่ 5	0700			x																																3	16,250.0	48,750.00
เที่ยงวันกันนอง	1200													x																						3	38,750.0	116,250.00
ข่าณภณภณภักัาหวตา	1000		x												x																					4	47,500.0	190,000.00
เดาส์ใจ	2200																																			2	47,500.0	95,000.00

CLIENT _____

MEDIA _____

ACCOUNT SERVICE _____

CLIENT สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข DATE 26 กุมภาพันธ์ 2540
 PRODUCT อานแลกทอเมซอล 15 วันาที PERIOD ฤดูหนาว 2540

MEDIA SCHEDULE

MEDIA	TIME	ฤดูหนาว 2540																															NO. OF SPOT	RATE PER SPOT	TOTAL COST		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31					
ข่าวประจำวัน ช่อง 7	1830		M		X																																
ละครดวงใจพิสุทธิ์	2030		X																																		
ละครกระท่อมน้ำเงิน	2030											X																									
ละครตัดดาวบุษบา	2030												X																								
ละคร 1001 ราตรี	1800			X																																	
ละครรวมพลคน(น้ำ)ใจ	1300											X																									
ภาพยนตร์รักคู่กัด	2215					X							X																								
ยอดธิดาพบนตร์	0915	X											X																								
เวทียาอาบ	1120	X											X																								
กามเทพนิศิว	1200					X								X																							
7 ฝักถ่านดีร์	1120												X																								
ละครสามหนุ่มสามมุม	1650												X																								
ช่อง 9																																					
ข่าวประจำวัน	1900		X																																		
ข่าวเที่ยงวัน (เนชั่น)			X																																		
ละครชุดสั้นๆ	1300					X								X																							
ละครชุดสั้นๆ	1800												X																								
ตามไปดู	1500		X											X																							
รวมค่า พค. และ ค่าออกโฆษณาเป็นจำนวนเงิน	131,510 บาท																																				
VAT																																					

CLIENT _____
 MEDIA _____
 ACCOUNT SERVICE _____

MEDIA SCHEDULE

CLIENT สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข DATE 26 กุมภาพันธ์ 2540
 PRODUCT ยี่ห้อเภสัชภัณฑ์ 15 วันอาทิตย์ PERIOD ตุลาคม 2540

MEDIA	TIME	ตุลาคม																															NO OF SPOT	RATE PER SPOT	TOTAL COST	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				
ข่าวประจำวัน	1800					M																												2	37,500.0	75,000.00
ภ.รุ่ง/จัน (แอม)	0900	X																																2	13,500.0	(27,000.00)
ละครวิทยุใหม่เก้าบ้านทอง	1100				X						X																							2	35,000.0	70,000.00
ผู้หญิงอยากรู้	0730								X																									2	18,750.0	37,500.00
แดนคุณทอง	1430										X																							3	40,000.0	120,000.00
ละครรักไร้ข้อโต้แย้ง	1825				X						X										X													3	62,500.0	187,500.00
ทิวทัศน์ทุ่ง	1430								X												X													2	50,000.0	100,000.00
ข่าวประจำวัน	2000								X																									2	31,250.0	62,500.00
ทีวี 5 เด็ดแฉ (แอม)	1040								X																									2	17,500.0	(35,000.00)
นต.ไม่จำกัดนางสกุล	1900			X																														2	57,500.0	115,000.00
บ้านเลขที่ 5	0700				X				X																									2	16,250.0	32,500.00
เที่ยววันกันเอง	1200										X																							1	38,750.0	38,750.00
บุรุษการเขียนหนังสือ	1000										X																							1	47,500.0	47,500.00
เจาะใจ	2200	X															X																	2	47,500.0	95,000.00

CLIENT _____
 MEDIA _____
 ACCOUNT SERVICE _____

CLIENT สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข DATE 26 กุมภาพันธ์ 2540
 PRODUCT อ่านฉลากก่อนซื้อ 15 วันาที PERIOD ตุลาคม 2540

MEDIA SCHEDULE

MEDIA	TIME	ตุลาคม																															NO OF SPOT	RATE PER SPOT	TOTAL COST			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31						
ข่าวประจำวัน	1830					M		x							x									M												2	50,000.0	100,000.00
ละครดวงใจพิสุทธิ์	2030						x																													1	75,000.0	75,000.00
ละครกระท่อมน้ำผึ้ง	2030																x																			1	75,000.0	75,000.00
ละครรัตติกาลนุชบา	2030								x																											2	37,500.0	75,000.00
ละคร 1001 ราตรี	1800														x																				3	48,750.0	146,250.00	
ละครรวมพลคน(น้ำ)ใจ	1300				x																														2	50,000.0	100,000.00	
ภาพยนตร์วันศุกร์	2215			x						x																									2	30,000.0	60,000.00	
บอกลาพยับน้จ้ว	0915						x																												2	67,500.0	135,000.00	
บั้งร้อยบั้งล้าน	2215					x																													2	55,000.0	110,000.00	
เวทีทอง	1120							x																											2	18,000.0	36,000.00	
ทางรถไฟตัดคิว	1200			x																															2	32,500.0	65,000.00	
7 สีคอนเสิร์ต	1120			x																															2	32,500.0	65,000.00	

CLIENT _____
 MEDIA _____
 ACCOUNT SERVICE _____

MEDIA SCHEDULE

CLIENT สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข DATE 26 กุมภาพันธ์ 2540
 PRODUCT ยารักษาอาการแพ้ 15 วันาที PERIOD ตุลาคม 2540

MEDIA	TIME	ตุลาคม																															NO OF SPOT	RATE PER SPOT	TOTAL COST		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31					
ข่าวประจำวัน	1900		x						x																										2	27,500.0	55,000.00
ข่าวที่ขงวันอาทิตย์ (แอม)			x						x																										3	6,500.0	(13,000.00)
ละครวิทยุสถานีฯ	1300				x																													1	45,000.0	45,000.00	
ละครที่ขายที่สถานี	1800					x																												1	40,000.0	40,000.00	
ตลาดไปอู	1500					x						x																						2	35,000.0	70,000.00	
รวมงานชุด แอม สปอโฆษณาเป็นจำนวนเงิน 80,250 บาท																																		58		2,243,500.00	
																																					88,500.00
																																					2,332,000.00
																																					163,240.00
																																					2,495,240.00

CLIENT _____
 MEDIA _____
 ACCOUNT SERVICE _____

Media Contract

124

Client : สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข : 26 กุมภาพันธ์ 2540
 Product : อ่านฉลากก่อนซื้อ : พฤษภาคม-กรกฎาคม 2540
 Ad Title : นิตยสาร :
 Schedule No. :

PROGRAM	FREQUENCY	TOTAL FREQ.	NET COST PER UNIT	TOTAL COST BAHT
ขวัญเรือน พ.ค.,มิ.ย. ขนาดเต็มหน้าสี่สี ปักย์แรกพฤษภาคม 2540 ปักย์แรกมิถุนายน 2540 ดารารายพยนตร์ ขนาดเต็มหน้าสี่สี 4 พฤษภาคม 2540 1 มิถุนายน 2540 6 กรกฎาคม 2540	48000/ครั้ง	2	48,000	96,000
ทีวีพูล ขนาดเต็มหน้าสี่สี 11 กรกฎาคม 2540	44000/ครั้ง	1	44,000	44,000
MEDIA	TOTAL NET	6		290,000
ACCOUNT SERVICE	SERVICE FEE	VAT7%		20,300
CLIENT	TOTAL GROSS			310,300

Media Contract

125

Client : สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข : 26 กุมภาพันธ์ 2540
 Product : อานลลากก่อนซื้อ : พฤษภาคม-กันยายน 2540
 Ad.Title : หนังสือพิมพ์ : Schedule No. :

PROGRAM	FREQUENCY	TOTAL FREQ.	NET COST PER UNIT	TOTAL COST BAHT
หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ขนาด 6 คอลัมน์ x 10 นิ้ว ขาวดำ วันที่ 7,21 พฤษภาคม 2540 วันที่ 3,24 มิถุนายน 2540 วันที่ 4,18 สิงหาคม 2540 วันที่ 1,22 กันยายน 2540		8	89,237.53	713,900.24
หนังสือพิมพ์ดวงใจ ขนาด 1/4 หน้าขาวดำ วันที่ 2,15 พฤษภาคม 2540 วันที่ 9 มิถุนายน 2540		3	8,359.03	25,077.09
MEDIA	TOTAL NET	11		738,977.33
ACCOUNT SERVICE	SERVICE FEE	VAT7%		51,728.41
CLIENT	TOTAL GROSS			790,705.74

ACTION PLAN (อ.ย.)
1 พฤษภาคม - 30 มิถุนายน 2540

ลำดับ	สถานี	เวลาที่ออกอากาศ	1-31 พ.ค. 40	1-30 มิ.ย. 40	รวมทั้งหมด
1	PEOPLE 2000 FM 99.5 MHz	- ๑ - ๑1 LOOSE SPOT 4 ครั้ง/วัน 07.00 - 08.00 / 11.00 - 12.00 16.00 - 17.00 / 17.00 - 18.00	รวม 31 วัน วันละ 4 ครั้ง รวม 124 SPOT	รวม 30 วัน วันละ 4 ครั้ง รวม 120 SPOT	244 SPOT
2	LOVE FM 103.5 MHz.	- ๑ - ๑1 LOOSE SPOT 6 ครั้ง/วัน 06.00 - 07.00 / 09.00 - 10.00 11.00 - 12.00 / 14.00 - 15.00 15.00 - 16.00 / 16.00 - 17.00	รวม 31 วัน วันละ 6 ครั้ง รวม 186 SPOT	รวม 30 วัน วันละ 6 ครั้ง รวม 180 SPOT	366 SPOT
3	FAMILY DELIGHT FM 106.5 MHz.	- ๑ - ๑1 LOOSE SPOT 6 ครั้ง/วัน 06.05/ 08.05 / 10.05 / 14.30 17.30/18.30	รวม 31 วัน วันละ 6 ครั้ง รวม 186 SPOT	รวม 30 วัน วันละ 6 ครั้ง รวม 180 SPOT	366 SPOT
		รวมสปอิตทั้งหมด/เดือน	496	480	976

MEDIA PLAN (อ.ย) 1 พฤษภาคม - 30 มิถุนายน 2540

ลำดับ	สถานี	เวลาที่ออกอากาศ	ราคา/สปอต	พ.ร.	มิ.ย.	รวม
1	PEOPLE 2000 FM 99.5 MHz.	- ๑ - ๓๑ LOOSE SPOT 4 ครั้ง/วัน 07.00 - 08.00 / 11.00 - 12.00 16.00 - 17.00 / 17.00 - 18.00	สปอตละ 3,000 บาท วันละ 4 ครั้ง	3,000 x 4 x 31 = 372,000 พิเศษ 350,000	3,000 x 4 x 30 = 360,000 พิเศษ 350,000	เป็นเงิน 732,000 พิเศษ 700,000
2	LOVE FM 103.5 MHz.	- ๑ - ๓๑ LOOSE SPOT 6 ครั้ง/วัน 06.00 - 07.00 / 09.00 - 10.00 11.00 - 12.00 / 14.00 - 15.00 15.00 - 16.00 / 16.00 - 17.00	สปอตละ 1,500 บาท วันละ 3 ครั้ง สปอตละ 1,200 บาท วันละ 3 ครั้ง	1,500 x 3 x 31 = 139,500 1,200 x 3 x 31 = 111,600 รวม 251,100 พิเศษ 240,000	1,500 x 3 x 30 = 135,000 1,200 x 3 x 30 = 108,000 รวม 243,000 พิเศษ 240,000	เป็นเงิน 494,100 พิเศษ 480,000
3	FAMILY DELIGHT FM 106.5 MHz.	- ๑ - ๓๑ LOOSE SPOT 6 ครั้ง/วัน 06.05 / 08.05 / 10.05 / 14.30 17.30 / 18.30	สปอตละ 1,800 บาท วันละ 6 ครั้ง	1,800 x 6 x 31 = 334,800 พิเศษ 260,000	1,800 x 6 x 30 = 324,000 พิเศษ 260,000	เป็นเงิน 658,800 พิเศษ 520,000
		รวมมูลค่าสื่อที่รับ/เตือน		957,900	927,000	1,884,900
		ราคา NET/เตือน		850,000	850,000	1,700,000
		ค่าบริการที่ไม่คิดมูลค่า		107,900	77,000	184,900
				VAT 7%		119,000
				NET TOTAL		1,819,000

ภาคผนวก ข.

ตัวอย่าง STORY BOARD สปอตโฆษณา

โครงการรณรงค์ “อ่านฉลากก่อนซื้อ”

ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

CLIENT : สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
PRODUCT : " อานลจาก้อนซื่อ "
DESCRIPTION : TVC. 30 วิ. ชุด " เสง...เสง "



SFX : เสียงเริ่มจอบแฉ

MVO : " ของใหม่ซิงๆ มาแล้วจ้า ! "



เด็ก : " นมเปรี้ยวกำลังดี "



MVO : " ใหม่แกะกล่อง... "



เด็ก : " หรือว่าเสีหนแต่ชาติไหน "



แม่บ้าน : " เป็นของค่างานแม่ละซี "



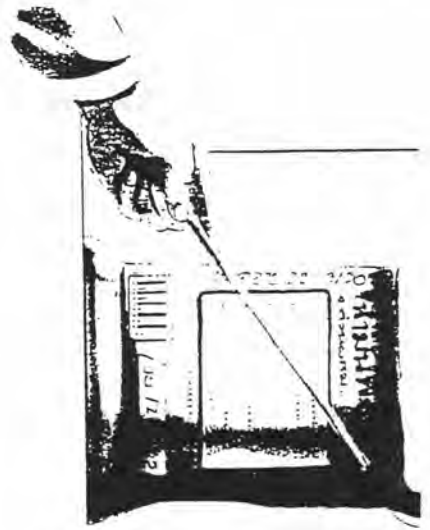
วิชรุ่น : " อาหารนานหลายเดือนซื่อกก็กินไปหว "



ภาพนี้ : " วันเดือนปี เลือกลงทำไร่สวนต่างต่างเลือก "



นักวิชาการ : " ดูจะดูตลกดูวิเศษมดอวย "



ปริมาณที่บรรจุต้องพอดีที่ออกใจ "



แม่บ้าน " รายละเอียดในฉลากต้องไปที่กรมศร "



รวมกัน : " เสียเวลาส่วนสำคัญเลย
ไม่เสียใจเลย "



SIX : เลี้ยงงัดประตูร้าน

SIX : เพื่อก้าว !

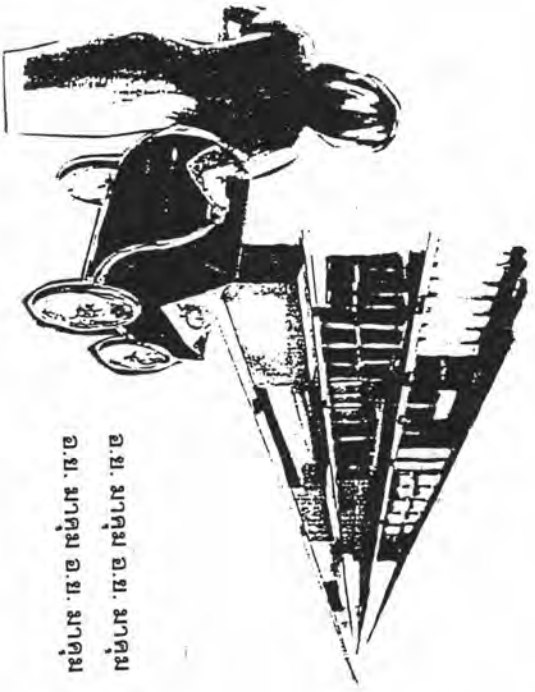


“ อ่านฉลากทุกครั้งก่อนซื้อ-ดูให้ก่อนใช้ ”

ตัวอย่างการรณรงค์

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

CLIENT : สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
PRODUCT : " อานตลาท่อนซ้อ "
DESCRIPTION : TVC. 30 วิ. ชุด " อ.ย. มากุม "



อ.ย. มากุม อ.ย. มากุม
อ.ย. มากุม อ.ย. มากุม



จะซ้ออะไร กินอะไร ก็มากุม



ดูกันहित วันเดือนปี ก็มากุม



คุณตลอดขา และอาหารใจ



ไม่ต้องปวดหัว ตำตุ อ.ย. ไรต์ ก่อนจะซ้อ



ไม่ว่าจะเก่า ไม่ว่าจะใหม่ ก็ไรต์ใส่ใจ



ต้องดูให้ถี่ ต้องดูตัวให้ดี ทุกอย่างต้องมีครบ



ยาแก้ไอห้ต่ำ

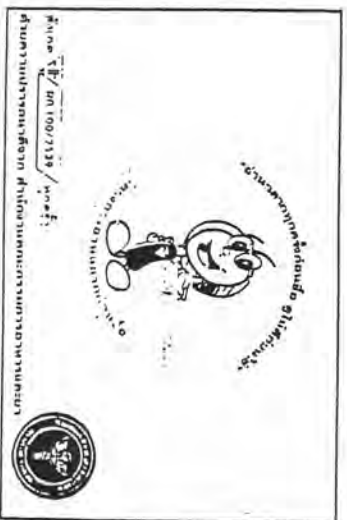
BROWN MIXTURE



ฉลากเตือนลบ...ก็ไม่มีเอา

เพราะฉะนั้นจึงคอยมาถาม

อ.ม. มากุณ อ.ช. มากุณ



ANNC : อำนฉลากทุกครั้งที่ก่อนซื้อ
ดูให้ถี่ก่อนใช้

ด้วยความปรารถนาดีจาก
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

ภาคผนวก ค.

ตัวอย่าง ชี้นำงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์

โครงการรณรงค์ “อ่านฉลาดก่อนซื้อ”

ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

โหม้แกะกล่อง...!

(แก้ของค้างนานปี)



"ไม่ว่าใคร...ก็หลอกไม่ได้ ถ้าดูฉลากทุกครั้งก่อนซื้อ"

อ่านฉลากทุกครั้งก่อนซื้อ ดูให้ดีก่อนไซ้

สังเกต ผก.100/2539 ทุกครั้ง


ด้วยความปรารถนาดีจาก สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา



" อ่านให้ถี่หูให้ถ้วนที ว่าทุกอย่างต้องมี "



สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข

ส่งเกต  ผก.100/2539 ทุกครั้ง

ด้วยความปรารถนาดีจาก สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา



ภาคผนวก ง

แบบสัมภาษณ์เจาะลึก และแบบสอบถาม

แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ผู้รับผิดชอบการวางแผนงานโครงการรณรงค์
“อ่านฉลากก่อนซื้อ “

1. แผนการรณรงค์มีกลยุทธ์ที่สำคัญอย่างไร concept ของแผนนี้คืออะไร
2. หลักเกณฑ์หรือปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาหรือกำหนดแผนคืออะไร
3. รายละเอียดของแผนมีอะไรบ้างในด้านต่าง ๆ ต่อไปนี้
 - 3.1 วัตถุประสงค์
 - 3.2 กลุ่มเป้าหมายหลัก และกลุ่มเป้าหมายรอง
 - 3.3 สื่อที่ใช้ เนื้อหาหลัก รูปแบบและการนำเสนอ
 - 3.4 ระยะเวลาการเผยแพร่
 - 3.5 งบประมาณ และแหล่งที่มา ของงบ
 - 3.6 ผู้รับผิดชอบโครงการ
4. ปัญหาที่พบในการดำเนินงานตามแผน และแนวทางแก้ปัญหา
5. การประเมินผลทำอย่างไรบ้าง ใครเป็นผู้รับผิดชอบ
6. จุดอ่อน จุดแข็งของแผนการประชาสัมพันธ์ และการดำเนินงาน
7. ในอนาคตจะมีการรณรงค์ในลักษณะนี้ต่อเนื่องกันไปอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด

แบบสอบถาม

เรื่อง กลยุทธ์และประสิทธิภาพโครงการรณรงค์อ่านฉลากก่อนซื้อของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชา
นิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้จัดทำใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบ
สอบถามทุกข้อให้ตรงตามความเป็นจริง เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในครั้งนี้ และผู้จัดทำขอขอบพระคุณท่านในความร่วม
มืออย่างดียิ่งมา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1

1. เพศ ชาย หญิง สำหรับเจ้าหน้าที่(1)
2. อายุ 20 - 29 ปี 30-39 ปี(2)
 40 - 49 ปี 50-59 ปี
 60 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา อาชีวศึกษา ปริญญาตรี(3)
 สูงกว่าปริญญาตรี อื่นๆ โปรดระบุ.....
 ประถมศึกษา มัธยมศึกษา
4. อาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน(4)
 นักธุรกิจ/วิชาชีพ ผู้ใช้แรงงาน
 นิสิต/นักศึกษา ค้าขาย
 แม่บ้าน/พ่อบ้าน อื่นๆ โปรดระบุ.....
5. รายได้ส่วนตัว ต่ำกว่า 3000 บาทต่อเดือน 3001 - 4500 บาทต่อเดือน(5)
 4501 - 6000 บาทต่อเดือน 6001 - 7500 บาทต่อเดือน
 7501 - 9000 บาทต่อเดือน สูงกว่า 9000 บาทต่อเดือน

6. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

สื่อที่เปิดรับ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคยเลย
วิทยุ					
โทรทัศน์					
หนังสือพิมพ์					
นิตยสาร					
ป้ายโฆษณา					
แผ่นพับ/โปสเตอร์					
อินเทอร์เน็ต					
อื่นๆ					

.....(6)

.....(7)

.....(8)

.....(9)

.....(10)

.....(11)

.....(12)

.....(13)

ส่วนที่ 2

1. ท่านเคยได้รับข่าวสารโครงการรณรงค์อ่านฉลากก่อนซื้อจากสื่อต่างๆต่อไปนี้ มากน้อยเพียงใด

สื่อที่เปิดรับ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคยเลย
วิทยุ					
โทรทัศน์					
หนังสือพิมพ์					
นิตยสาร					
ป้ายโฆษณา					
แผ่นพับ/โปสเตอร์					
อื่นๆ					

สำหรับเจ้าหน้าที่

.....(14)

.....(15)

.....(16)

.....(17)

.....(18)

.....(19)

.....(20)

.....(21)

2. ท่านเคยได้รับชมโฆษณาโครงการรณรงค์อ่านฉลากก่อนซื้อจากสื่อโทรทัศน์ช่วงรายการใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

.....ข่าวประจำวันซิงร้อยซิงล้าน(22)(23)
.....นางสาวไม่จำกัดนามสกุลยุทธการขยับเหงือก(24)(25)
.....ละครหลังข่าวเจาะใจ(26)(27)
.....อยากเกิดใหม่ใกล้บ้านเธอห้า ฮ่า ฮ่า(28)(29)
.....ทีวี 5 เรียบเตอร์กามเทพผิดคิว(30)(31)
.....รวมพลคน(นำ)ใช้7 สีคอนเสิร์ต(32)(33)
.....ผู้หญิงอยากรู้สามหนุ่ม สามมุม(34)(35)
.....บ้านเลขที่ 5ทไวไลท์โชว์(36)(37)
.....เหลือเชื่อละครรักไร้อันดับ(38)(39)
อื่นๆ.....	(40)

3.ท่านเคยได้รับชมโฆษณาโครงการรณรงค์อ่านฉลากก่อนซื้อจากวิทยุสถานีใดบ้าง(ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

.....99.5 FM People 2000103.5 FM Love Radio(41)(42)
.....89.0 FM Pirate Radioอื่น.....(43)(44)

4. ท่านเคยได้รับข่าวสารโครงการรณรงค์อ่านฉลากก่อนซื้อจากหนังสือพิมพ์ฉบับใดบ้าง(ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

.....ไทยรัฐกวีจักร(45)(46)
.....เดลินิวส์ผู้จัดการ(47)(48)
.....ข่าวสดสยามรัฐ(49)(50)
.....มติชนไทยโพสต์(51)(52)
.....แนวหน้าไฟแนนเชียลเดย์(53)(54)

.....บ้านเมืองผู้จัดการ(55)(56)
.....สยามโพสต์สื่อธุรกิจ(57)(58)
.....รายวันสยามไทยแลนด์ไทม์(59)(60)
.....กรุงเทพมหานครอื่นๆ.....(61)(62)

5. ท่านเคยได้รับชมโฆษณาโครงการรณรงค์อ่านฉลากก่อนซื้อจากสื่อใดบ้าง(ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

.....นิตยสารขวัญเรือนดาราภาพยนตร์(63)(64)
.....ทีวีพูลอื่นๆ.....(65)(66)

6. ท่านต้องการให้มีการนำเสนอข่าวสารโครงการรณรงค์อ่านฉลากก่อนซื้อผ่านทางสื่อใด(ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

.....โทรทัศน์นิตยสาร(67)(68)
.....วิทยุแผ่นพับ(69)(70)
.....ป้ายสปริงหนังสือพิมพ์(71)(72)
.....อื่นๆ.....	(73)	

7. ท่านได้นำไปใช้ประโยชน์ในการเลือกซื้อสินค้าหรือไม่

(.....) ใช้ (.....)ไม่ได้ใช้ เพราะ..... (74)

8. หลังจากได้ชมโฆษณาของ โครงการรณรงค์อ่านฉลากก่อนซื้อ ท่านได้รับความรู้อะไรเพิ่มขึ้นบ้าง

.....

9. ท่านต้องการให้มีการนำเสนอเนื้อหา ข้อมูลข่าวสารอะไรบ้างในโครงการรณรงค์อ่านฉลากก่อนซื้อ

.....ข้อควรระวังในการใช้ผลิตภัณฑ์(75)
.....วิธีการสังเกตข้อมูลบนฉลาก(76)
.....วิธีการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท(77)
.....อื่นๆ โปรดระบุ.....(78)

ประวัติผู้เขียน

นางสาวเบญจพร วุฒิพันธ์ุ เกิดเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2514 ที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาการสื่อสารมวลชน จากมหาวิทยาลัย เชียงใหม่ ปีการศึกษา 2536 หลังจากนั้นเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโทบัณฑิต ที่คณะนิเทศ ศาสตร์ สาขานิเทศศาสตรพัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในปี การศึกษา 2539