

บรรณานุกรม

- กรุงเทพธุรกิจ. (2553). คนกรุงเทพฯเปิดรับสื่อแมส โฆษณาทีวีส่งผลตัดสินใจซื้อสูง. วันที่ค้นข้อมูล 16 มกราคม 2554, เข้าถึงได้จาก www.bangkokbiznews.com
- _____. (2554). โฆษณาปี 54 สะพัดแสนล้าน เลือกตั้ง-นิวมี่เดีย หนุนตลาด. วันที่ค้นข้อมูล 16 มกราคม 2554, เข้าถึงได้จาก www.bangkokbiznews.com
- กุหลาบ รัตนสังข์ธรรม และคณะ. (2546). การศึกษา วิเคราะห์ สังเคราะห์ ภาพรวมจรรยาบรรณวิชาชีพในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- โกศล มีคุณ. (2524). การวิจัยเชิงทดลองมีกรอบการใช้เหตุผลเชิงจริยธรรมและทักษะการสวมบทบาทของนักเรียนประถมศึกษา. ปริญญาโทการศึกษาศรีบัณฑิต, สาขาการวิจัยและพัฒนาหลักสูตร, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- คลังปัญญาไทย. (2554). การขัดเกลาทางสังคม. วันที่ค้นข้อมูล 10 มีนาคม 2554, เข้าถึงได้จาก <http://www.panyathai.or.th>
- แจ้ววิมลจ. (2553). ละครกับโฆษณาแฝง. วันที่ค้นข้อมูล 15 กุมภาพันธ์ 2554, เข้าถึงได้จาก <http://www.thairath.co.th>
- ฐิติรัตน์ อิศริยคุณานนท์ และวิภากร จิระประวัตติ. (2552). จรรยาบรรณวิชาชีพโฆษณาที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็ก. *Journal of Communication Arts*, 27(2), 76-116.
- ณิชา เมืองสุวรรณ. (2553). ทศนคติของวัยรุ่นในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อการโฆษณาแฝงในละครโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, สาขาการบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ดวงเดือน พันธุมนาวิน. (2522). จริยธรรมในสังคมไทยในทัศนะของนักพฤติกรรมศาสตร์ ในรายงานการสัมมนาจริยธรรมในสังคมไทย (หน้า 20). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- _____. (2524). พฤติกรรมศาสตร์ เล่ม 2: จิตวิทยาจริยธรรมและจิตวิทยาทางภาษา. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

- ดวงเดือน พันธุมนาวิน. (2538). การวัดและการวิจัยทัศนคติที่เหมาะสมตามหลักวิชาการ ใน
บทความการประชุมทางวิชาการเรื่องการกำหนดปัญหาการวิจัยและการพัฒนาระบบ
พฤติกรรมไทย: ด้านพฤติกรรมจริยธรรมและด้านอื่น ๆ ครั้งที่ 2 (หน้า 15). กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- _____. (2538). ทฤษฎีต้นไม้อจริยธรรม การวิจัยและพัฒนาบุคคล. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิต
พัฒนบริหารศาสตร์.
- ทวีศักดิ์ นพเกษร. (2551). วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ: ชมรมพยาบาลชุมชนแห่งประเทศไทย
ไทย.
- ธาม เชื้อสถาปนศิริ. (ม.ป.ป.). รู้เท่าทันโฆษณาแฝง. กรุงเทพฯ: ออฟเซ็ท ครีเอชั่น.
- ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. (2551). เจาะลึกถึงแก่นไอเอ็มซี. กรุงเทพฯ: ธรู เดอะไลน์ คอมมิวนิเคชั่นส์.
- นางลักษณ์ วิรัชชัย, ชยุดม ภิรมย์สมบัติ และศศิมาจ ณ วิเชียร. (2551). การวิจัยและพัฒนาตัวบ่งชี้
คุณธรรมจริยธรรม. กรุงเทพฯ: พริกหวานกราฟฟิค.
- นางลักษณ์ วิรัชชัย และรุ่งนภา ตั้งจิตจรเจริญกุล. (2551). การวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลง
คุณธรรม จริยธรรมของคนไทย. กรุงเทพฯ: พริกหวานกราฟฟิค.
- นิทรา อติศรสุวรรณ. (2552). การบริหารการสื่อสารด้วยกลยุทธ์การวางสินค้าในละครโทรทัศน์
ประเภท sitcom. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุหงา ชัยสุวรรณ. (2545). การกำหนดจรรยาบรรณวิชาชีพโฆษณาในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์
ดุขฎิบัณฑิต, สาขานิเทศศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2546). Unacceptable Advertising within Thai Society. วารสารนิเทศศาสตร์,
21(1), 79-75.
- ประชาไท. (2552). เครือข่ายประชาชนร้อง “ساتิตย์” ค้าน สคบ.อ้อมโฆษณาแฝง. วันที่ค้นข้อมูล
16 มกราคม 2554, เข้าถึงได้จาก www.prachatai.com
- ประกาศี สีอำไพ. (2540). พื้นฐานการศึกษาทางศาสนาและจริยธรรม (พิมพ์ครั้งที่ 2).
กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พนา ทองมีอาคม. (ม.ป.ป.). การควบคุมโฆษณาจากภาพมุมกว้าง มุมวิชาการ. วันที่ค้นข้อมูล 1
มีนาคม 2554, เข้าถึงได้จาก [http://commarts.hcu.ac.th/images/academic_article/
pana/controlofadvertising.pdf](http://commarts.hcu.ac.th/images/academic_article/pana/controlofadvertising.pdf)
- พระราชวรมณี (ประยุทธ์ ปยุตโต). (2529). พุทธธรรม ฉบับปรับปรุงและขยายความ. กรุงเทพฯ:

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วัตถุประสงค์.

พระราชวรมนูณี (ประยูร มีฤกษ์ ธมมจตโต). (2541). จรรยาบรรณวิชาชีพกับการส่งเสริมพัฒนา
จริยธรรม คุณภาพนักวิจัยและผลงานการวิจัย ใน รายงานการสัมมนาจรรยาบรรณ
วิชาชีพกับการพัฒนาสังคมไทย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติกระทรวง
วิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัย
แห่งชาติ.

พรรณษา พูลจันทร์นา. (2552). ความพึงพอใจของผู้ชมต่อโฆษณาแฝงในละครซีทีคอม เรื่อง
บางรักซอย 9. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง,
บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พิภพ พวงเงิน. (2545). จริยธรรมวิชาชีพ. กรุงเทพฯ: อมรรการพิมพ์.

โพสต์ทูเดย์. (2551). อะไรเอ๋ยแฝงอยู่ในละครซีทีคอม. วันที่ค้นข้อมูล 1 พฤษภาคม 2554,
เข้าถึงได้จาก www.posttoday.com

มหาวิทยาลัยหัวเฉียว. (2554). การควบคุมโฆษณา. วันที่ค้นข้อมูล 12 เมษายน 2554,
เข้าถึงได้จาก <http://commarts.hcu.ac.th>

มานพ คณะโต. (2550). วิถีวิทยาการวิจัยเชิงคุณภาพในระบบสุขภาพชุมชน. ขอนแก่น: เครือข่าย
พัฒนาวิชาการและข้อมูลสารสนเทศ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

เมตตา วิวัฒน์านุกูล. (2548). การสื่อสารต่างวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2538). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525 (พิมพ์ครั้งที่ 5).
กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.

_____. (2546). พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์
พับลิเคชั่นส์.

วลีทิพย์ นันทเอกพงศ. (2549). การโฆษณาแฝงในละครซีทีคอม ของบริษัท อาร์เอส จำกัด
(มหาชน). วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขานิเทศศาสตร์ธุรกิจ,
บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

วีรพงษ์ พวงเล็ก. (2547). การสำรวจทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อ
การโฆษณาสินค้าแฝงในละครโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขา
สื่อสารมวลชน, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศรีสุภา กัณหะยุวะ (2549). *ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อโฆษณาแฝงในรายการละครโทรทัศน์เรื่อง เป็นต่อ* ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย. (2553). *จรรยาบรรณวิชาชีพโฆษณาโดยสมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย*. วันที่ค้นข้อมูล 15 มกราคม 2554, เข้าถึงได้จาก http://www.adasso thai.com/index.php/main/about_aat/ethic

สาโรช บัวศรี. (2523). *ความหมายทางจริยธรรม*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ

สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2547). *พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2552*. วันที่ค้นข้อมูล 10 มกราคม 2554, เข้าถึงได้จาก <http://www.ntc.or.th>

สิระ สุวรรณพันธ์. (2550). *ทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อโฆษณาแฝงในละครตลกตามสถานการณ์: กรณีศึกษาละครในเครือข่ายบริษัทเอ็กแซกท์ จำกัด*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สิริวรรณ กะสินธุ์รัมย์. (2551). *ความคิดเห็นของผู้ชมที่มีต่อโฆษณาแฝงในละครประเภท sitcom*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สิทธิโชค วรรณสันติกุล. (2548). *จิตวิทยาสังคม: ทฤษฎีและการประยุกต์*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น,

สื่อสร้างสุขภาวะเด็กและเยาวชน. (2552). *เรียนรู้เท่าทันสื่อ โฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์*. วันที่ค้นข้อมูล 10 มกราคม 2554, เข้าถึงได้จาก <http://childmedia.net>

สุดใจ บุญอารีย์. (2541). *การฝึกเหตุผลเชิงจริยธรรม : ทฤษฎีและการปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: ศูนย์พัฒนาหนังสือกรมวิชาการ.

สุภางค์ จันทวานิช. (2552). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุภาพร พิศาลบุตร. (2544). *จริยธรรมทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: วี.เจ. พรินติ้ง.

เสริมยศ ธรรมรักษ์. (2542). *กระบวนการและประสิทธิผลของการวางสินค้าในละครโทรทัศน์*.

วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการโฆษณา, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เสียงไทย. (2553). *คัดค้านโฆษณาแฝงในอังกฤษ*. วันที่ค้นข้อมูล 10 มกราคม 2554, เข้าถึงได้จาก www.thaivoice.com

- อนันท์ เอื้อวณิชชิตติมา. (2543). *ความรู้ ทักษะคิดและพฤติกรรมของนักสร้างสรรค์งานโฆษณาที่มีต่อวิธีการและกฎหมายควบคุมการโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการโฆษณา, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัจฉรา จันทร์ฉาย. (2553). *คู่มือแนวทางการพัฒนาองค์กรตามระบบประเมินคุณภาพรัฐวิสาหกิจ*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิเพื่อสถาบันการศึกษาวิชาการจัดการแห่งประเทศไทย.
- เอกกมล พวงเกษม. (2546). *ความเชื่อ ทักษะคิดต่อโฆษณา และพฤติกรรมการหลีกเลี่ยงโฆษณาของผู้บริโภคที่มีต่อโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อกระจายเสียง*. *Journal of Communication Arts*, 21(1), 59-61.
- โอเคเนชั่น. (2552). *คู่มือโฆษณาแฝง ผลประโยชน์ธุรกิจหรือประชาชน*. วันที่ค้นข้อมูล 10 มกราคม 2554, เข้าถึงได้จาก www.oknation.net
- A1. (2554, 12, มีนาคม). ผู้เขียนบท. สัมภาษณ์.
- A2. (2554, 10, มีนาคม). ผู้กำกับ. สัมภาษณ์.
- A3. (2554, 10, มีนาคม). ผู้เขียนบท. สัมภาษณ์.
- A4. (2554, 8, มีนาคม). โปรดิวเซอร์. สัมภาษณ์.
- A5. (2554, 17, มีนาคม). Account Executives. สัมภาษณ์.
- A6. (2554, 9, มีนาคม). Co-Production. สัมภาษณ์.
- B1. (2554, 18, มีนาคม). Activation Manager. สัมภาษณ์.
- B2. (2554, 22, มีนาคม). Activation Manager. สัมภาษณ์.
- B4. (2554, 18, มีนาคม). Media Buyer. สัมภาษณ์.
- B5. (2554, 9, มีนาคม). Senior Buying Manager. สัมภาษณ์.
- C1. (2554, 8, มีนาคม). Senior Marketing Executives. สัมภาษณ์.
- C2. (2554, 11, มีนาคม). Strategic Marketing Supervisor. สัมภาษณ์.
- C4. (2554, 24, กุมภาพันธ์). Branding Executives. สัมภาษณ์.
- C5. (2554, 24, มีนาคม). Branding Executives. สัมภาษณ์.
- Balasubramanian, S. K. (1994). Beyond advertising and publicity: Hybrid message and public policy issues. *Journal of Advertising*, 23 (December), 29-46.

- Balasubramanian, S. K., Karrh, J. A., & Patwardhan, H. (2006). Audience response to product placement: an Integrative framework and future research agenda. *Journal of Advertising*, 35 (3), 115-141.
- Bandura, A., & Walters, R. H. (1963). *Social Learning and Personality Development*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (1995). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. U.S.A.: Irwin, Inc.
- Berkowitz, E. N., Kerin, R.A., Harley, S, W. & Rudelius, W. (1997). *Marketing*. U.S.A.: Irwin/ McGraw-Hill.
- Castallo, J. D., (2000). *Advertising and Children: Self-Regulation in Action across Europe*. Retrieved March, 16 2011, from [http:// www.shelfimpact.com](http://www.shelfimpact.com)
- Castillo, D. (2010). *PQ Media Forecasts European Product Placement Spending Will Grow at Double-Digit Rates from 2010-2014, Driven by Relaxed Rules & Economic Recovery*. Retrieved March, 16 2011, from <http://productplacement.biz>
- Castleberry, B. S., French, W., & Carlin, A. B. (1993) The ethical framework of advertising and marketing research practitioners. *Journal of Advertising*, 22(2), 39-46.
- Cowley, E. & Barron, C. (2008). When product placement goes wrong. *Journal of Advertising*, 37(1), 89-98.
- Cunningham, P. H. (1999). *Ethics of Advertising the Advertising Business*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Daft, R. L. & Lewin, A. Y. (1993). Where are the Theories for the New Organizational Forms? *Organization Science*, 4(1), 1-6.
- Day, L. A. (2000). *Ethics in Media Communication: Cases and Controversies* (3rd ed.). Canada: Wadsworth.
- Drumwright, E. M. (1993). *Ethical Issue in Advertising and Sales Promotion, Ethics in Marketing*. Homewood, IL: Irwin.

- Drumwright, E. M., & Murphy, E. P. (2004). How advertising practitioners view ethics. *Journal of Advertising*, 33(2), 7-24.
- _____. (2009). The current state of advertising ethics. *The Journal of Advertising*, 38 (1), 83-105.
- Ford, J. & Ford, B. (1993). *Television and Sponsorship*. England: Focal Press.
- Goetsch, D. L., & Davis, S. B. (1997). *Quality Management* (3rd ed). New Jersey: Prentice Hall International.
- Gupta, B. P., & Gould, J. S. (1997). Consumers' perceptions of the ethic and acceptability of product placements in movies: Product category and individual differences. *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, 19(1), 37-48 .
- Gupta, B. P., & Lord, R.K. (1998). Product placements in movies: The effect of Prominence and mode on audience recall. *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, 20(Spring), 47-59.
- Hegerty, W., Harvey, R. & Henry, P., Sims, Jr. (1978). Some determinants of unethical decision behavior: An experiment. *Journal of Applied Psychology*, 63(August), 451- 457.
- Hofstede, G. (1997). *Culture and Organizations: Software of the Mind*. New York: McGraw-Hill.
- Hudson, S., & Hudson, D. (2006). Branded entertainment: A new advertising techniques Or product placement in disguise. *Journal of Marketing Management*, 2006, 489-501.
- Hunt, D. S., & Chonko, B. L. (1987). Ethical problems of advertising agency executives. *Journal of Advertising*, 16(4), 16-24.
- Hyman, R. M., Tansey, R., & Clark, W.J., (1994). Research on advertising ethics: Past, present and future. *Journal of Advertising*, 13(3), 5-15.
- Karrh, A. J., (1998). Brand placement: a review. *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, 20(2), 31-49.

- Karrh, A. J., Fitrh, K. T., & Callison, C. (2001). Audience attitudes towards brand placement: Singapore and the United States. *International Journal of Advertising*, 20(1), 3-24.
- Karrh, A. J., Mckee, B. K., & Pardun, J. C. (2003). Practitioners' Evolving Views on Product Placement Effectiveness. *Journal of Advertising Research*, 43, 138-147.
- Kohlberg, L. (1976). *Moral Stages and Moralization: the Cognitive Development Approach*. New York: Holt, Rinehart, and Winson.
- Krugman, M .D., & Ferrell, C. O. (1981). The organizational ethics of advertising: Corporate and agency views. *Journal of Advertising*, 10 (1), 21-48.
- Mallencamp, P. (1986). *Situation Comedy, Feminism and Freud: Discourses of Gracie and Lucy*. Retrieved January 5, 2011, from <http://eric.ed.gov>
- Moon, S. Y., & Franke, R. G. (2000). Cultural influences on agency practitioners' ethical perceptions: A comparison of Korea and the U.S. *Journal of Advertising*, 29(1), 51- 65.
- Nebenzahl, D. I., & Jaffe, D. E. (1998). Ethical dimensions of advertising executions. *Journal of Business Ethics*, 17, 805-815.
- Neelankavil, J. P., & Stridsberg, A .B. (1980). *Advertising Self –Regulation: a Global Perspective*. NY: Communications Arts Books.
- Piaget, J. (1932). *The Moral Judgement of the child, Marjorie Gabin, trans*. New York: The Free Press.
- Preston, I. (1994). *The Tangled Web the Weave*. Madison: University of Wisconsin Press.
- Rotzoll, K. B., & Clifford, G. C. (1980). Advertising agency practitioners's perceptions of ethical decisions. *Journalism Quarterly*, 58(Autumn), 425-443.
- Russel, A. C. (2002). Investigating the effectiveness of product placements in television shows. *Journal of Consumer Research*, 2, 306-315.

- Russell, C. A., & Belch. M. (2005). A managerial investigation into the product placement industry. *Journal of Advertising Research*, 45(1), 73-92.
- Smit, E., Reijmersdal, V. E., & Neijens, P. (2009). Today's practice of brand placement and the industry behind it. *International Journal of Advertising*, 28(5), 761-782.
- Sung, Y., Gregorio, D. F., & Jung, H. J. (2009). Non-student consumer attitudes towards product placement. *International Journal of Advertising*, 28(2), 257-276.
- Tellis, J. G. (1997). *Advertising and Sales Promotion Strategy*. U.S.A: Addison-Wesley.
- Tiwsakul, R., Hackley, C., & Szmigin. (2005). Explicit, Non-Integrated product placement In british television programmes. *International Journal of Advertising*, 24(1), 95-111.
- Wenner, L. A. (2004). On the ethics of products placement in media entertainment. *Journal of Promotion Management*, 10 (1/2), 101-132.
- Zinkhan, M. G. (1994). Advertising ethics: Emerging methods and trends. *Journal of Advertising*, 13(3), 1-4.