

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 แสดงความถี่และร้อยละของชิ้นงานโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท วิสกี้และเบียร์จำแนกตามชื่อหนังสือพิมพ์.....	65
4.2 แสดงความถี่และร้อยละของชิ้นงานโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประเภทวิสกี้และเบียร์.....	66
4.3 แสดงความถี่และร้อยละของตราสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทวิสกี้.....	67
4.4 แสดงความถี่และร้อยละของตราสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์ที่ ลงโฆษณา.....	68
4.5 แสดงความถี่และร้อยละของการใช้โฆษณาเพื่อสถาบันแต่ละประเภท ของโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทวิสกี้และเบียร์.....	69
4.6 แสดงความถี่และร้อยละของการใช้โฆษณาเพื่อสถาบันของโฆษณาเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ประเภทวิสกี้.....	70
4.7 แสดงความถี่และร้อยละของการใช้โฆษณาเพื่อสถาบันของโฆษณาเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ประเภทเบียร์.....	70
4.8 แสดงความถี่และร้อยละของการใช้โฆษณาเพื่อสถาบันของโฆษณาเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์เปรียบเทียบทั้งวิสกี้และเบียร์.....	71
4.9 แสดงความถี่และร้อยละของการใช้โฆษณาเพื่อสถาบันของโฆษณาเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ประเภทวิสกี้จำแนกตามชื่อตราสินค้า.....	72
4.10 แสดงความถี่และร้อยละของการใช้โฆษณาเพื่อสถาบันในแต่ละตราสินค้าของ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทวิสกี้.....	74
4.11 แสดงความถี่และร้อยละของการใช้โฆษณาเพื่อสถาบันของโฆษณาเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ประเภทเบียร์จำแนกตามชื่อตราสินค้า.....	76
4.12 แสดงความถี่และร้อยละของการใช้โฆษณาเพื่อสถาบันในแต่ละตราสินค้าของ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์.....	77
4.13 แสดงความถี่และร้อยละของการใช้พาดหัวในโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประเภทวิสกี้และเบียร์.....	79

4.14	แสดงความถี่และร้อยละของการใช้พาดหัวในโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทวิสกี้และเบียร์	80
4.15	แสดงความถี่และร้อยละของการใช้พาดหัวในโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เปรียบเทียบทั้งวิสกี้และเบียร์	81
4.16	แสดงความถี่และร้อยละของการใช้พาดหัวในโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทวิสกี้แยกประเภทตราสินค้า	83
4.17	แสดงความถี่และร้อยละของการใช้พาดหัวในแต่ละตราสินค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทวิสกี้	86
4.18	แสดงความถี่และร้อยละของการใช้พาดหัวในโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์แยกประเภทชื่อตราสินค้า	89
4.19	แสดงความถี่และร้อยละของการใช้พาดหัวในแต่ละตราสินค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์	91
4.20	แสดงความถี่และร้อยละของการนำเสนอภาพโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่อหนังสือพิมพ์	93
4.21	แสดงความถี่และร้อยละของการนำเสนอภาพโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทวิสกี้และเบียร์	94
4.22	แสดงความถี่และร้อยละของการนำเสนอภาพในโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เปรียบเทียบทั้งวิสกี้และเบียร์	95
4.23	แสดงความถี่และร้อยละของการนำเสนอภาพในโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทวิสกี้ แยกประเภทตราสินค้า	97
4.24	แสดงความถี่และร้อยละของการนำเสนอภาพในแต่ละตราสินค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทวิสกี้	100
4.25	แสดงความถี่และร้อยละของการนำเสนอภาพในโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์ แยกประเภทชื่อตราสินค้า	103
4.26	แสดงความถี่และร้อยละของการนำเสนอภาพโฆษณาในแต่ละตราสินค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์	105
4.27	แสดงความถี่และร้อยละของการใช้จุดจับใจในโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	107
4.28	แสดงความถี่และร้อยละของการใช้จุดจับใจในโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แยกประเภทวิสกี้และเบียร์	108

4.29	แสดงความถี่และร้อยละของการใช้จุดจับใจในโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เปรียบเทียบทั้งวิสกี้และเบียร์.....	109
4.30	แสดงความถี่และร้อยละของการใช้จุดจับใจในโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประเภทวิสกี้แยกประเภทตราสินค้า	111
4.31	แสดงความถี่และร้อยละของการใช้จุดจับใจโฆษณาในแต่ละตราสินค้าของ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทวิสกี้.....	114
4.32	แสดงความถี่และร้อยละของการใช้จุดจับใจในโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประเภทเบียร์แยกประเภทตราสินค้า	117
4.33	แสดงความถี่และร้อยละของการใช้จุดจับใจโฆษณาในแต่ละตราสินค้าของ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์.....	119
4.34	แสดงความถี่และร้อยละของเพศผู้นำเสนอสารในโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	121
4.35	แสดงความถี่และร้อยละของเพศผู้นำเสนอสารในโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แยกประเภทวิสกี้และเบียร์.....	122
4.36	แสดงความถี่และร้อยละของเพศผู้นำเสนอสารในโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประเภทวิสกี้แยกประเภทตราสินค้า	123
4.37	แสดงความถี่และร้อยละของเพศผู้นำเสนอสารโฆษณาในแต่ละตราสินค้าของ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทวิสกี้.....	124
4.38	แสดงความถี่และร้อยละของเพศผู้นำเสนอสารในโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประเภทเบียร์แยกประเภทตราสินค้า	125
4.39	แสดงความถี่และร้อยละของเพศผู้นำเสนอสารโฆษณาในแต่ละตราสินค้าของ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์.....	126
4.40	แสดงความถี่และร้อยละของกิจกรรมผู้นำเสนอสารในโฆษณาเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์.....	127
4.41	แสดงความถี่และร้อยละของกิจกรรมผู้นำเสนอสารในโฆษณาเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์แยกประเภทวิสกี้และเบียร์.....	128
4.42	แสดงความถี่และร้อยละของกิจกรรมผู้นำเสนอสารโฆษณาในแต่ละตราสินค้า ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทวิสกี้.....	130
4.43	แสดงความถี่และร้อยละของกิจกรรมผู้นำเสนอสารในแต่ละตราสินค้าของ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทวิสกี้.....	131

4.44	แสดงความรู้และร้อยละของกิจกรรมผู้นำเสนอสารโฆษณาในแต่ละตราสินค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์.....	132
4.45	แสดงความรู้และร้อยละของกิจกรรมผู้นำเสนอสารในแต่ละตราสินค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์.....	133
4.46	แสดงความรู้และร้อยละรูปแบบการดื่มของผู้นำเสนอสารในโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์.....	134
4.47	แสดงความรู้และร้อยละรูปแบบการดื่มของผู้นำเสนอสารในโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แยกประเภทวิสกี้และเบียร์.....	135
4.48	แสดงความรู้และร้อยละรูปแบบการดื่มของผู้นำเสนอสารในแต่ละตราสินค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์.....	136
4.49	แสดงความรู้และร้อยละช่วงเวลาการดื่มของผู้นำเสนอสารในโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์.....	137
4.50	แสดงความรู้และร้อยละช่วงเวลาการดื่มของผู้นำเสนอสารในโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทวิสกี้และเบียร์.....	138
4.51	แสดงความรู้และร้อยละช่วงเวลาการดื่มของผู้นำเสนอสารในแต่ละตราสินค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์.....	139
4.52	แสดงความรู้และร้อยละการดื่มในและนอกอาคารของผู้นำเสนอสารในแต่ละตราสินค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์.....	140
4.53	แสดงความรู้และร้อยละการดื่มในและนอกอาคารของผู้นำเสนอสารในแต่ละตราสินค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทวิสกี้และเบียร์.....	141
4.54	แสดงความรู้และร้อยละการดื่มในและนอกอาคารของผู้นำเสนอสารในแต่ละตราสินค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์.....	142
4.55	แสดงความรู้และร้อยละการใช้ประเภทโฆษณาสถาบัน รูปแบบการพาดหัวเทคนิคการนำเสนอภาพและจุดจับใจในงานโฆษณาของแต่ละตราสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทวิสกี้.....	144
4.56	แสดงความรู้และร้อยละการใช้ประเภทโฆษณาสถาบัน รูปแบบการพาดหัวเทคนิคการนำเสนอภาพและจุดจับใจในงานโฆษณาของแต่ละตราสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์.....	159

4.57	แสดงความถี่และร้อยละการใช้รูปแบบพาดหัวในงานโฆษณาแยกตามประเภท โฆษณาสถาบัน.....	176
4.58	แสดงความถี่และร้อยละของการนำเสนอภาพโฆษณาแยกตามประเภท โฆษณาสถาบัน.....	177
4.59	แสดงความถี่และร้อยละการใช้จุดจับใจในงานโฆษณาแยกตามประเภท โฆษณาสถาบัน.....	179