

REFERENCES

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Menlo Park, CA: Addison-Wesley.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predictions social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Blumer, H. (1969). *Symbolic interactionism: Perspective and method*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Caro, P. (1993). *Water* (P, Thickstun Trans.). New York: McGraw-Hill.
- Cherniske, S. (1998). *Caffeine blues: wake up to the hidden dangers of America's #1 drug*. New York: Warner Book.
- Elkaim, Y. (2006). *Coffee vs. water – Which one actually gives you more energy?* Retrieved June 18, 2007, from <http://ezinearticles.com/?Coffee-vs.-Water>
- Kasikorn Research Center. (2007). *Coffee product on 2007: The market value 25,600 million baht*. Retrieved July 25, 2007, from http://www.kasikornresearch.com/kr/search_result.jsp
- Mali Nuntiya. (2006). *The consumer behavior on coffee: A case study of Bangkok*. Unpublished master's research paper, Krirk University, Graduate School, Business Administration.
- More adults prefer daily cup of coffee: Survey*. (2006). Retrieved July 22, 2007, from <http://www.netscape.com/viewstory/2007/03/03/survey-shows-more-people-prefer-daily-coffee-over-soda/?url>
- Ray, O. S., Ksir, C. (1996). *Drugs, society, and human behavior*. Boston, MA: WCB/McGraw-Hill.
- Sinclair, J. (1998). *Collins cobuild learner's dictionary*. London: HarperCollins.
- โจเซฟ สกัลสวอร์ทซ์. (2549). *ฉันอยากดื่มกาแฟ*. กรุงเทพฯ: Knowledge Center.
- วลัยพร สดสว่าง. (2548). *สำรวจคนคลั่งกาแฟ*. *FourP*. 2(23), 108-110.
- สมศักดิ์ วรคามิน. (2546). *Water for life*. กรุงเทพฯ: D for Life Ltd., Part.
- อรุณรัตน์ อนุภาโส. (2546). *คนรักกาแฟ*. กรุงเทพฯ: อีกันนิ่ง.

อำนาจ สุวัทธิพงศ์. (2540). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโฆษณาภาพเคลื่อนไหว เครื่องดื่มกำลังชนิดใหม่ทางสื่อ

โทรทัศน์กับพฤติกรรมการบริโภคภาพเคลื่อนไหวของกลุ่มผู้ใช้แรงงานไทยในเขตกรุงเทพมหานคร.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน,
สาขาวิชาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน).