

บรรณานุกรม

หนังสือและบทความในหนังสือ

เกษม จันทรน้อย. สื่อประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: นานมีบุ๊ค, 2537.

ณรงค์ สมพงษ์. สื่อเพื่องานส่งเสริมเผยแพร่. กรุงเทพมหานคร: งานการพิมพ์ฝ่ายสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2535.

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา. การสื่อสารรณรงค์เชิงยุทธศาสตร์เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมมนุษย์: เน้นการเจาะจงเฉพาะกลุ่ม. กรุงเทพมหานคร: รั้วเขียว, 2542.

ประภาเพ็ญ สุวรรณ. ทัศนคติ : การวัด การเปลี่ยนแปลง และพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, 2520.

พรเพ็ญ เพชรสุขศิริ. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการบริหาร. กรุงเทพมหานคร: คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2531.

พัชนี เขยจรรยา และคณะ. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

วิจิตร อาวะกุล. การฝึกอบรม. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2522.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพมหานคร: บริษัท A. N. การพิมพ์, 2540.

สมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทย. ครบเครื่องเรื่องกฎหมายโฆษณา. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2545.

สวณีย์ คงเพชรทิพย์. ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติในการใช้บริการรถไฟฟ้า BTS ของผู้บริโภค
ย่านฝั่งธนบุรี. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2545.

อรรพรรณ ปิณฑนโฆวาท. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร:
สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.

อุทัย หิรัญโต. หลักการบริหารงานบุคคล. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, 2519.

วิทยานิพนธ์

กมลทิพย์ วิจิตรสุนทรกุล. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียน
อาชีวศึกษาชายในกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวิทยาศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหิดล, 2542.

กฤษ อินทโกเศศ. “การศึกษาลักษณะและความสามารถในการให้บริการของโครงการระบบ
รถไฟฟ้าขนส่งมวลชน ในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2538.

จิราภรณ์ เทพหนู. ปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนมัธยมศึกษา
ตอนปลายสายสามัญศึกษา จังหวัดพัทลุง.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต
คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2540.

บุญญา จันทรากุลพงษ์. “อิทธิพลของสื่อโฆษณาในโรงภาพยนตร์ที่มีต่อทัศนคติต่อสื่อโฆษณา
และพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร.”
วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.

ประภาพรรณ ลิ้มสุขสิริ. “พฤติกรรม的开รับและการเลือกใช้ประโยชน์จากข่าวเศรษฐกิจ
ในหนังสือพิมพ์ของนักธุรกิจภาคอุตสาหกรรม.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.

ปิติยา สุคนธมาน. “การเปิดรับ การจดจำและความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร
ที่มีต่อสื่อโฆษณาภายในรถไฟฟ้าและภายในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส.”
วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2544.

พนาวัลย์ เจียมพุก. “พฤติกรรม的开รับข่าวสารและความคิดเห็นของลูกค้านำต่อการรายการส่งเสริม
การขาย.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549.

สุวิดา ตรงดี. “ผู้จัดการกองถ่ายกับงานภาพยนตร์บันเทิง.” สารนิพนธ์บัณฑิต
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.

ไสว ตรีธรรมวุฒิกุล. “อิทธิพลของโฆษณาทางโทรทัศน์ต่อผู้ชม.” สารนิพนธ์บัณฑิต
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2524.

อนงค์ ก้องประวดี. “การศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้ความน่าเชื่อถือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของ
นักศึกษาอาชีวศึกษา จากโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์.”
วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529.

เอกสารอื่นๆ

กมลรัตน์ หล้าสุขวงศ์. จิตวิทยาการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาแนะแนว
และจิตวิทยาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ประสานมิตร, 2527.

คณะกรรมการโครงการศึกษาภาวะโรคและปัจจัยเสี่ยงของประเทศไทย. “ภาวะโรคและภาวะจากปัจจัยเสี่ยงของประชาชนไทย พ.ศ. 2547.” สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ กระทรวงสาธารณสุข เอกสารประกอบการนำเสนอต่อสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) (22 กุมภาพันธ์ 2550).

นิทัศน์ ศิริโชติรัตน์. “เหตุผลของการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์.” กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาสุขศึกษาและพฤติกรรมศาสตร์ คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2550. (อัดสำเนา)

บัณฑิต ศรีไพศาล. แนวทางการขึ้นภาษีสุราเพื่อลดการบริโภคโดยรวม. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา, 2548.

พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. “แรงจูงใจกับการโฆษณา.” โครงการวิจัยเสริมหลักสูตร ปี 2539 คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.

ยงยุทธ ขจรธรรม และคณะ. ประสิทธิผลของนโยบายการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ, 2547.

บทความ

“จัดระเบียบโฆษณาน้ำเมา มติกรม.หลังสร้างเมา.” โพสต์ทูเดย์ (3 สิงหาคม 2546):1.

“แนวโน้มเมาแล้วขาด นกดื่มหันมาห่วงสุขภาพ.” กรุงเทพธุรกิจ (16 ตุลาคม 2549):5.

Books

Alcohol Healthwatch. The Advertising of Alcohol: In Support of Increased Restrictions. Alcohol Healthwatch. Briefing Paper, August 2003.

Berlo, D. K. The process of communication; an introduction to theory and practice.

U.S.A.: Holt, Rinehart and Winston Inc., 1960 .

DeFleur, M. L. Theories of mass communication. 5th ed. New York: Longman Inc., 1989.

Foster, A. The Changing English languang. New York: St. Martin's, 1968.

Kohler, P. Marketing Management. 11th ed. New Jersey: Pearson Education Inc., 2003.

Kolasa B. J. Introduction of behavioral science for business. New York: John, Wiley and Sons, 1969.

Oskamp, S. Attitude and opinion. New Jersey: Prentice-Hall, 1977.

Shimp, T. A. Advertising Promotion Supplemental Aspects of Integrated Marketing Communication. 5th ed. The Dryden Press: A division of Harcourt college publishers, 1997.

Thomas, Z. J. Dictionary of social science. Washington, D.C.: Public Affairs Press, 1971.

Yamane, Taro. Statistics: An introductory analysis. New York: Harper & Row, 1973.

ข้อมูลจากเว็ลด์ไวด์เว็บ

ผู้จัดการออนไลน์.

<<http://www.manager.co.th/qol/viewnews.aspx?newsid=9510000031340>>.

14 มีนาคม 2551.

ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร. <<http://203.155.220.230/default.asp>>. 2 พฤษภาคม 2551.

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา. <<http://www.cas.or.th/>>. 2 พฤษภาคม 2551.

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) <<http://www.thaihealth.or.th/>>.