

รายการอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

- คมสัน ตันสกุล. (2551). *การบริหารการส่งเสริมการตลาด*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ดารณี พาลสุข. (2532). *ทฤษฎีการจูงใจ* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธีรพล ภูรัต. (2538). *การโฆษณาเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นวฤทธิ์ อัครวรกิจ. (2551). *การโฆษณาเพื่อการสื่อสารแบรนด์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2538). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ปรัชญานิตเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร. (2548). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- พนา ทงมีอาคม. (2536). *พฤติกรรมกรรมการสื่อสารในตลาด*. ใน *พฤติกรรมศาสตร์การสื่อสาร* (หน่วยที่ 9-15, น. 629-634). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- พรทิพย์ บุญนิพัทธ์. (2531). *องค์ประกอบทัศนคติ*. กรุงเทพฯ: เทพนิมิตการพิมพ์.
- พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. (2539). *ความสำคัญของผู้รับสาร*. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร* (หน่วยที่ 6, น. 292). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- พัชรี วรกวิน. (2522). *จิตวิทยาสังคม*. นนทบุรี: โรงพิมพ์สถานสงเคราะห์หญิงปากเกร็ด.
- ภาวูธ พงษ์วิทยภานุ, และ สุธน โรจน์อนุสรณ์. (2551). *เจาะเทคนิคการตลาดออนไลน์* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: พงษ์วรินทร์การพิมพ์.
- ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2552). *กลเม็ดเคล็ดลับการตลาดออนไลน์*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์พัฒนา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). *การบริหารการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2548). *การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด*. กรุงเทพฯ: ทัอบ.
- สุชา จันท์เอม. (2524). *จิตวิทยาสังคม*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สุชาดา เขาวรีย์วงษ์, และ ศิวัตร์ เขาวรีย์วงษ์. (2551). *The online advertising*. กรุงเทพฯ: พงษ์วรินทร์การพิมพ์.
- สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร. (2533). *การสื่อสารกับสังคม*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เอกสารอื่น ๆ

- กังสดาล นาควิโรจน์. (2549). *การเปิดรับ การจดจำ และความคิดเห็นของผู้โดยสารรถไฟฟ้ามหานครที่มีต่อสื่อโฆษณาทางรถไฟฟ้ามหานคร*. รายงานโครงการเฉพาะบุคคล ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- โหมฉาย พูใจ. (2550). *พฤติกรรม การเปิดรับ ความพึงพอใจ และทัศนคติในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการคนค้นคน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- ณัฐปกรณ์ ภัทรนาวิก. (2547). *ความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- นวรรตน์ ลิขิตวานันท์. (2547). *ประสิทธิผลแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตต่อผู้ใช้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.
- ศุภลักษณ์ หนูนภักดี เหล่าทองดี. (2546). *ทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคต่อสื่อโฆษณาออนไลน์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, วิทยาลัยนวัตกรรมการศึกษาศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- โสภณวรรณ รัตนจิตรกร. (2542) *ทัศนคติ พฤติกรรม การเปิดรับสื่อ “ป้ายแบนเนอร์” ในระบบเว็ลด์ ไรต์ เว็บ ของผู้ใช้บริการในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.
- อรช่า สีสู่วรรณ. (2543). *การจดจำและทัศนคติของผู้โดยสารรถไฟฟ้าบีทีเอสที่มีต่อสื่อโฆษณาทางรถไฟฟ้าบีทีเอส*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์, สาขาการโฆษณา.
- อัญชลี ธรรมวิจารณ์. (2541). *อนาคตของสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อเว็ลด์ไวด์เว็บเพื่อการโฆษณาในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์.

เอกพจน์ เศรษฐรัตนเสถียร. (2546). *การเปรียบเทียบประสิทธิภาพ ลักษณะ รูปแบบ และ*

การนำเสนอและช่วงเวลาของการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตด้วยแบนเนอร์.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, บัณฑิตวิทยาลัย,
สาขาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ.

เอษณีย์ อาษาสุข. (2550). *รูปแบบสื่อแบนเนอร์โฆษณาออนไลน์ที่มีผลต่อความสนใจเข้าชมสินค้า*

และการบริการของผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัย
รามคำแหง, คณะนิเทศศาสตร์.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

โฆษณาผ่านสื่อออนไลน์. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2553, จาก <http://www.telecomjournal.net/index.php>

โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2553 จาก <http://www.IAB.com>, 2010
งบประมาณการค่าใช้จ่ายในการโฆษณา, สืบค้นเมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2553, จาก

<http://www.adasso thai.com/adex.php>

บริษัท ไมโครซอฟ. [หน้าจอโฆษณา]. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2553, จาก www.microsoft.com
ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. *สถิติผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย.*

สืบค้นเมื่อวันที่ 29 ตุลาคม 2552, จาก <http://www.nectec.co.th>.

สถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วโลก. (ธันวาคม 2009). สืบค้นเมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2553, จาก
<http://www.Internetworldstats.com>

[หน้าจอบรรจุภัณฑ์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2553, จาก <http://www.kapook.com>

[หน้าจอแฟชั่นโชว์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2553, จาก <http://www.platinumfashionmall.com>

[หน้าจอบิวตี้โชว์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2553, จาก <http://www.musicatm.com>

World's First Banner Ad. (2008). *The First Banner Ad.* Retrieved on March 2008, from
<http://www.mensa.org>

Books

Roger, E. M. (1995). *Diffusion of Innovations*. 3rd ed. New York: Free Press.

Assael, H. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action* (6th ed.). New York: South-Western College Publishing.

Arens, W. F. & Schaefer, D. H. (2001). *Essential of contemporary advertising*.
New York: McGraw-Hill/Irwin Publisher.