

บรรณานุกรม

หนังสือและบทความในหนังสือ

ปรมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์, 2538.

พัชนี เชยจรรยา, เมตตา วิวัฒนา นุกูล และ ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์.

กรุงเทพมหานคร: บริษัทเฮลโล่การพิมพ์(1998)จำกัด, 2541.

ศุภร เสรีรัตน์. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอ. อาร์. บิซิเนสเพรส จำกัด, 2544.

สุพิน ปัญญาภัก. เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาหลักการโฆษณาและประชาสัมพันธ์.

นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529.

เสรี วงษ์มณฑา. กว่าจะเป็นโฆษณา ฉบับ ดร.เสรี วงษ์มณฑา. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์

ดอกหญ้า, 2540.

_____. การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ธีระฟิล์ม และ
ไซเท็กซ์, 2540.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และ ดลยา จาตุรงค์กุล. พฤติกรรมผู้บริโภค (ฉบับมาตรฐาน).

กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. พฤติกรรมผู้บริโภค พิมพ์แก้ไขปรับปรุง. พิมพ์แก้ไขปรับปรุงครั้งที่ 1.

กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2521.

เอกสารอื่นๆ

กังสดาล นาควิโรจน์. “การเปิดรับ การจดจำ และทัศนคติของผู้โดยสารรถไฟฟ้าฟ้ามหานครที่มีต่อ

สื่อโฆษณาทางรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร.” รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาวิทยาลัย

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549.

คมสัน วิสัยสุข. “การเปิดรับ การจดจำ และความคิดเห็น ของผู้ให้บริการที่มีต่อสื่อโฆษณา รถไฟฟ้ามหานคร สายเฉลิมรัชมงคล.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2549.

จินดาสา สุวรรณะชญ. “การจัดการการสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างความจดจำในตราสินค้า ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดจุดร้อนในSummer’s Eve.” รายงานโครงการเฉพาะบุคคล มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.

ชนาธิป ชูจิตารมย์. “อิทธิพลของการใช้ตัวแสดงนำที่เป็นชาวไทยกับชาวต่างชาติในงาน โฆษณาต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาหญิงไทยระดับปริญญาโทในเขต กรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2542.

เชนชิน เชิดชูชัย. “การเปิดรับสื่อโฆษณาบนรถไฟฟ้า BTS.” รายงานโครงการเฉพาะบุคคล มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

บริษัท ไตรแอดส์ เน็ทเวิกส์ จำกัด. “บทสรุปสำหรับผู้บริหาร, แผนธุรกิจ , ภาพรวมของธุรกิจสื่อ โฆษณานอกสถานที่ (Out of Home Advertising Market).” กรุงเทพมหานคร: บริษัท ไตรแอดส์ เน็ทเวิกส์ จำกัด, 2550. (อัดสำเนา)

บริษัท ไตรแอดส์ เน็ทเวิกส์ จำกัด. “เอกสารรายละเอียดเกี่ยวกับประเภทสื่อโฆษณาภายในสถานี รถไฟฟ้าและขบวนรถ รถไฟฟ้ามหานคร.” กรุงเทพมหานคร: บริษัท ไตรแอดส์ เน็ทเวิกส์ จำกัด, 2550. (อัดสำเนา)

บริษัท รถไฟฟ้ามหานคร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน). “เอกสารแสดงปริมาณผู้โดยสารโดยเฉลี่ยของ ระบบรถไฟฟ้ามหานคร ประจำเดือนมกราคม 2550.” กรุงเทพมหานคร: บริษัท รถไฟฟ้ามหานคร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน), 2550. (อัดสำเนา)

พลุพัทธ์ ชัยพุกภัยเจริญ. “ศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุงขนาด 5 กิโลกรัม ตรา “มาบุญครอง” ของกลุ่มแม่บ้านในเขตกรุงเทพมหานครกับการสื่อสารทางการตลาดของบริษัท ปทุมไรชมิล แอนด์ แกรนารี จำกัด(มหาชน).” รายงานโครงการเฉพาะบุคคล มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549.

รัชนี้ สนสอาดจิต. “ทัศนคติและพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ กรณีศึกษา : หลังเหตุการณ์ธรณีพิบัติภัย คลื่นยักษ์ Tsunami.” รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548.

วรนุช ตั้งควิวิช. “ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้โดยสารต่อการสื่อสารทางด้านการตลาดของโรงพยาบาลระบบมัลติเพล็กซ์เครือข่ายอีจีวี.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.

โสภณ กันหะเสน. “พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.

อรชา สื่อสุวรรณ. “การเปิดรับ การจดจำ และทัศนคติของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ที่มีต่อสื่อโฆษณาทางรถไฟฟ้า BTS.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

อังสนา อังสนานิวัฒน์. “ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่องานโฆษณาองค์กร (Corporate Advertising) ของบริษัทโทรศัพท์เคลื่อนที่ DTAC กรณีศึกษาโฆษณาชุด “สำนึกรักบ้านเกิด.” รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.

อานัติ ว่องอมรนิติ. “การรับรู้ ข่าวสารและทัศนคติพฤติกรรมของผู้ซื้อสลากจากโครงการการรณรงค์ปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ซื้อสลากไม่ให้ซื้อสลากเกินราคา.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.

อิริยา นิ่มธานี. “ความคิดเห็นและปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจใช้บริการพิมพ์ภาพบนแผ่นซีดีของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2544.

Books

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

Belch and Belch. Introduction to advertising and promotion : an integrated marketing communications perspective. 3rd Edition. Chicago: Home Wood Inc., 1993.

Blackwell, Engel, and Miniard. Consumer behavior. 7th Edition. Fort Worth: The Dryden Press, 1993.

De Fleur, Melvin L. Theories of Mass Communication. 2nd ed. New York: David McKay Company Inc., 1970.

Elihu Katz, Jay G. Blumler and Michael Gurevitch. Utilization of Mass Communication by the individual in The Uses of Mass Communication: Current Perspectives on Gratifications Research. Beverly Hills: Sage Publication, 1974.

Klapper, Joseph T. The Effects of Mass Communication. Glencoe: The Free Press, 1960.

Kotler and Armstrong. The making and marketing of professionals into celebrities. New York: NTC Business Book, 1997.

Lamb, Hair and McDaniel. Resistance to foreign aggression from early times through the nineteen. New York: Monthly Review Press, 1972.

Lennart Weibull. Structural Factors in Gratification in Media Gratifications Research Current Perspectives. ed. Karl E. Rosengren, Lowrence A. Wenner and Phillip Palmgreen. Beverly Hills: Sage, 1985.

Maxwell E. McCombs, Lee B. Becker. Using Mass Communication Theory. Engle Cliffs. N.J.: Prentice Hall, Inc., 1979.

Phillip Palmgreen and J.D. Rayburn. “An Expectancy – Value Approach to Media Gratification,” In Media Gratifications Research Current Perspective. ed. Kal E. Rosengren, Lawrence A. and Phillip Palmgreen. Beverly Hills: Sage, 1985.

Phillip Palmgreen, Lawrence A. Wenner and Karl E. Rosengren. “Uses and Gratifications Research: The Past Ten Years.” In Media Gratifications Research Current Perspectives, ed. Karl E. Rosengren, Lawrence A. Wenner and Phillip Palmgreen. Beverly Hills: Sage, 1985.

Taro Yamane. Statistics: An Introductory Analysis. 3rd ed. New York: Harper & Row, 1973.

ข้อมูลจาก เว็บไซต์

“ประกวดผลงาน TACT AWARDS.” <<http://www.tactawards.com>>. 7 เมษายน 2547.

หนังสือพิมพ์ Business Thai. “Out of home media มาแรง.” <http://www.businesssThai.co.th/content.php?data=406702_Media>. 11 ธันวาคม 2547.

“ประวัติความเป็นมา.” <<http://www.mrta.co.th>>. 22 มกราคม 2549.

“โครงการรถไฟฟ้ามหานคร.” <http://www.mrta.co.th/project_.htm>. 14 กุมภาพันธ์ 2550.

“โครงการส่วนต่อขยายและสายใหม่.” <http://www.mrta.co.th/images/project/station_map_crop_a4.1.jpg>. 14 กุมภาพันธ์ 2550.