

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กมลเนตร อยู่คงพันธ์. การรับรู้ทัศนคติและพฤติกรรมการตัดสินใจถือบัตรเดบิต บัตรเครดิต และบัตรเอทีเอ็มของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

กรุงเทพธุรกิจ. 100 ไพเพอร์ส ส่งเกมออนไลน์เจาะคอบอล. [ออนไลน์]. 2551. แหล่งที่มา: <http://cas.or.th/index.php/news/2336> [2553, ธันวาคม 20]

กรุงเทพธุรกิจ. เฟดเดอร์บรอยปรับเกมธุรกิจกรมเฉพาะกลุ่ม. [ออนไลน์]. 2553. แหล่งที่มา: www.bangkokbiznews.com/homebusiness/marketing/20100323.html [2553, ธันวาคม 20]

กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, สำนักงาน. พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑. [ออนไลน์]. 2551. แหล่งที่มา: http://www.thaiantialcohol.com/th/images/files/al/prb_al2551 [2553, ตุลาคม 1 พ.ศ.]

กิตติ กันภัย. การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ในสังคมสารสนเทศ. กาญจนนา แก้วเทพ, ใน มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่, หน้า 91-140. กรุงเทพฯ : เอดิสัน เพรส โปรดักส์, 2543.

เกรียงอนันต์ กิจวิเชียรชัย. การสื่อสารการตลาดของธุรกิจบริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลใน เว็บไซต์ของไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, ภาควิชาการมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

เกษม ศิริสัมพันธ์. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) หนังสือพิมพ์รายวันในกรุงเทพฯ 14 ฉบับ. กรุงเทพฯ : แผนกวารสารศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2507.

คมชัดลึก. ยกเครื่องเบียร์อาซาฮูโลโก้เลข9รูกตลาด. [ออนไลน์]. 2552. แหล่งที่มา : www.komchadluek.net/detail/20091209/40646/ยกเครื่องเบียร์อาซาฮูโลโก้เลข9รูกตลาด.html [2553, ธันวาคม 20]

จิตติญาดา เจริญมณี. ความคิดเห็นของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยเกี่ยวกับเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมและการกลั่นกรองเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. ภาควิชาวารสารศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

จินตนา วานิชประภา. แนวโน้มมาตรการการตรวจสอบเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมทางเว็บไซต์ในมุมมองของผู้ที่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย. รายงานโครงการเฉพาะบุคคล วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารภาครัฐและเอกชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.

ชื่นจิตต์ แจ่มเจเนกิจ. การตลาดในศตวรรษที่ 21 Financial Times mastering marketing. กรุงเทพฯ : เอ.อาร์.บีซีเนส เพรส, 2544.

ไชยยศ เรืองสุวรรณ. การประชาสัมพันธ์ หลักการและแนวปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เรือนแก้วการพิมพ์, 2522.

ณัฐฐา นนททอง. Social Network for Viral Marketing. [ออนไลน์]. 2552. แหล่งที่มา: http://mansci.tru.ac.th/UserFiles/File/viralmarketing_km.pdf [2553, มีนาคม 15]

ฉานภาณุ มงคงฤทธิ์. ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการตลาดและการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลบนเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2553.

ธนิดา เอื้อตระกูล. การเปรียบเทียบการใช้จุดจูงใจและเทคนิควิธีการนำเสนอโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

ธชกุล กุลทนนท์. การรับรู้ทัศนคติ การแสวงหาข้อมูล และพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.

ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. Brand Building Through IMC. พิชัย ศิริจันทนนท์. สร้างแบรนด์. กรุงเทพฯ : ทิปป์ พอยท์, 2546.

ธีรภัทร วรรณฤมล. ความหมายของสื่อใหม่. [ออนไลน์]. 2550. แหล่งที่มา:

<http://www.oknation.net/blog/print.php?id=1414901> [2553, สิงหาคม 4]

นันทศิริ ญาณจันทร์. รูปแบบและกระบวนการสื่อสารของเว็บไซต์ของคณะละครเวทีร่วมสมัย.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาคทฤษฎีและการสื่อสารการแสดง สาขาวิชา
สื่อสารการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.

นิตยสาร Marketeer. Asahi Super Dry เกาะติด J Trend สร้างแบรนด์. [ออนไลน์]. 2548.

แหล่งที่มา: http://www.marketeer.co.th/inside_detail.php?inside_id=4495 [2554,
มกราคม 1]

นิตยสาร Positioning, สเมอ์นออฟ เน้นประสบการณ์มากกว่าจำนวนแฟน. [ออนไลน์]. 2553.

แหล่งที่มา: www.positioningmag.com/magazine/details.aspx?id=89589 [2554,
มกราคม 12]

บัณฑิต ศรีไพศาล และคณะ. Total Ban: เอกสารวิชาการประกอบการพิจารณากำหนด

มาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา, 2549.

บิสิเนสไทย. 2551 ถึงเวลาการตลาดออนไลน์. [ออนไลน์]. 2551. แหล่งที่มา:

<http://www.arip.co.th/businessnews.php?id=412937> [2553, มกราคม 1]

ประดิษฐ์ จุมพลเสถียร. การสื่อสารการตลาดเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : อาร์ตโปรดักส์, 2544.

ปาริชาติ สถาปิตานนท์. ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย, 2550.

ผู้จัดการ 360° รายสัปดาห์. ไฮเนเก้นเสริมแบรนด์บนดิจิทัลเวิลด์. [ออนไลน์]. 2553 แหล่งที่มา:

www.manager.co.th/mgrweekly/viewnews.aspx?NewsID=9530000156224 [2553,
มกราคม 25]

ผู้จัดการออนไลน์. อันเดอร์ 8 ปี เลิกออนไลน์ฟรีมิส เร่งเกมปลุกวิสกี้สแตนดาร์ดไม่ให้ร่วงหนัก.

[ออนไลน์]. 2553. แหล่งที่มา

www.manager.co.th/Business/ViewNews.aspx?NewsID=9530000158567 [2553, มกราคม 1]

พิมพ์เดือน จาตุรงค์กุล. มัลติมีเดียเพื่องานนิเทศศาสตร์. เอกสารประกอบการสอน คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2550.

พุดมิรัตน์ กมลชัยสกุล. รูปแบบการสื่อสารธรรมะเพื่อเยาวชนผ่านเว็บไซต์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัย, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.

ภัทรภร โสนไกรกุล. การเปิดรับ แรงจูงใจในการใช้สื่อ ทักษะคิดและพฤติกรรมกาหลักเหลี่ยม โฆษณาของผู้บริโภคที่มีต่อสื่อดั้งเดิมและสื่อรูปแบบใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัย, สาขาวิชาการโฆษณา ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.

ภัทรมน ดิวานนท์. เว็บไซต์บันเทิงเกาหลีและเว็บไซต์แฟนคลับดาราเกาหลีในประเทศไทยกับ โลกาวัดันทางวัฒนธรรม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัย, สาขาวิชาวารสารสนเทศ ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.

มาร์เก็ตติง อูบส์. จอห์นนี่ วอล์กเกอร์ ทุ่ม 200 ล้าน ฉลอง 10 ปี Keep Walking. [ออนไลน์]. 2552. แหล่งที่มา: <http://www.marketingoops.com/digital/campaigns/pack2-0/> [2554, มกราคม 1]

ฤดี ผ่องสุภาพ. การแสวงหาข่าวสารประชาสัมพันธ์และความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ สังคมออนไลน์ของนิสิต นักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัย สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.

วรรณท์ อัศวพิริยานนท์. ธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประกาศจุดยืน เน้นสื่อสารกลุ่มอายุ 20 ปีขึ้นไป. [ออนไลน์]. 2550. แหล่งที่มา: www.moneychannel.co.th/Menu5/BreakingNews/tabid/98/newsid533/11506/Default.aspx [2554, มกราคม 10]

วินด์, โยรัม; และมหาจัน, วีเจย์. การตลาดลูกผสม [Convergence Marketing: Strategies for Reaching the New Hybrid Consumer]. แปลโดย ทรงวิทย์ เขมเศรษฐ์ และหทัยชนก เตชะรัตนะวิโรจน์. กรุงเทพฯ : เอ. อาร์. มีเดีย, 2547.

วิรัช ลภีรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์ ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พิมพ์ครั้งที่ 11, 2553.

วิลาส ฉ่ำเลิศวัฒน์ และนฤพล ตั้งตรีรัตน์. VDO Podcast : TV ออนไลน์ ทำเองได้ง่ายนิดเดียว. กรุงเทพฯ : โปรวิชั่น, 2551.

ศุภชัยปัญญานุสรณ์. การประชุมวิชาการสุวาระระดับชาติครั้งที่ 4 “ยุติวิกฤติปัญหาสุวาระ...ด้วยกฎหมาย”. กรุงเทพมหานคร, 2551.

สมควร กวียะ. การประชาสัมพันธ์ใหม่. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2547.

สยามธุรกิจ. “ไทเกอร์” กัดฟันปั้นแบรนด์ชงคู่แข่ง. [ออนไลน์]. 2552. แหล่งที่มา: <http://cas.or.th/index.php/news/1380> [2554, มกราคม 12]



สรมน ธรรมรัตน์. บทบาทเว็บมาสเตอร์ในการกลั่นกรองเนื้อหาภายในเว็บไซต์ของไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.

สิทธิ์ อีธรรม. การสื่อสารทางการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552.

สินีนางู สว่างใจธรรม. การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ของเว็บไซต์บริษัทผลิตรายการโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.

สิรินทร ไชยศักดิ์, สุมาวสี ศาลาสุข และเอกรัตน์ ชายน้ำเค็ม. รายงานผลสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2552. กรุงเทพฯ : ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2552.

สุรัชฎา สว่างเนตร. คลื่นได้นำดิอาจีโอ. [ออนไลน์]. 2553. แหล่งที่มา:

<http://www.positioningmag.com/magazine/details.aspx?id=87522> [2554, มกราคม 1]

อดิศักดิ์ อนันนัย. ธุรกิจการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์, 2549.

อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโมษิต. การเขียนในสื่อต่างๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : โครงการตำรา ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์, 2545.

ภาษาอังกฤษ

Beard, F., and Olsen, L.R. Webmasters as mass media gatekeepers: a qualitative exploratory study. Internet Research: Electronic Networking and Applications and Policy. 9, 3 (August 1999): 200-211.

Berelson, B. Content analysis in communication research. New York : Hafner Publishing Company, 1971.

Breakenridge, D. PR 2.0: New Media, New Tools, New Audiences. New Jersey: Pearson Education, 2008.

Dancan, T. Principles of Advertising & IMC. (2nd ed.). New York, NY: McGraw-Hill, 2005.

Dennis, L. W. Public Relations: Writing and Media Technique. (5th ed.). Boston: Pearson Prentice Hall, 2005.

- Gillin, P., and others. New Media, New Influencers and Implications for the Public Relations Profession. [Online]. 2007. Available from :
<http://www.instituteforpr.org/files/uploads/NewInfluencer>. [2010, October 1]
- Hallahan, K., Fitzpatrick, K., and Bronstein, C. Ethics in public relations : responsible advocacy. Thousand Oaks, Calif : SAGE Publications, 2006.
- Hallahan, K. A Model for Assessing Web Sites as Tools in Building Organizational-Public Relationships. [Online] . 2003. Available from:
www.allacademic.com/meta/p111413_index.html [2010, October 29]
- Hastings, G. An Analysis of International Alcohol Industry Advertising Documents.
 Institute for Social Marketing: Stirling & the Open University, 2009.
- Hiltz, S. R., and Turoff, M. The Network Nation: Human Communication via Computer.
 Revised Edition: Cambridge. MA: MIT Press. 1993.
- James, W. C., and Donald, G. B. Computer-mediated communication : human relationships in a computerized world. Tuscaloosa, Ala : University of Alabama Press, 1989.
- Kelleher, T. Public Relations Online: Lasting Concepts for Changing Media. Thousand Oaks, California: Sage, 2007.
- Lister, M., et al. New media : a critical introduction. London : Routledge, 2003.
- Manovich, L. The language of new media. Massachusetts : The MIT Press, 2002.
- McCorkindale, T. Can You See the Writing on My Wall? A Content Analysis of the Fortune 50's Facebook Social Networking Sites. [Online]. 2009. Available from :
http://www.prsa.org/Intelligence/PRJournal/Documents/content_analysis_of_the_fortune_50s_facebook.pdf [2010, October 1]

- Mislove, A., Marcon, M., Gummadi, K., Druschel, P., and Bhattacharjee, B. Measurement and analysis of online social networks. [Online]. 2010. Available from: <http://portal.acm.org/citation.cfm?id=129831> [2010, August 20]
- Morris, E. The book lover's guide to the internet. New York : The ballantine publishing group, 1996.
- Phelps, J., and Johnson, E. E. The Quagmire : Examining the "Meaning" of Integrated Marketing Communication, Journal of Marketing Communication, 1996.
- Phillips, D. Online Public Relations. London: Kogan Page, 2001.
- Rafaeli, S. The Electronic Bulletin Board: A Computer-Driven Mass Media. Computers and the Social Sciences 2,1986.
- Shimp, T. A. Advertising, promotion, and supplemental aspects of integrated marketing communications. (4th ed). Fort Worth: Dryden Press, 1997.
- Steuer, J. Defining. Defining Virtual Reality; Dimension Determing Telepresence. Journal of Communication, 1992.
- Tu, C. The Impacts of Text-based CMC on Online Social Presence. [Online]. 2010. Available from: <http://www.ncolr.org/jiol/issues/PDF/1.2.6.pdf> [2010, September 8]
- Wertime, T., and Fenwick, I. DigiMarketing : the essential guide to new media & digital marketing. Singapore : John Wiley, 2008.
- Wood, A.F., and Smith, M.J. Online communication: linking technology, identity, and culture. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates, 2005.

Wright, D., and Hinson, W. An Analysis of the Increasing Impact of Social and Other New Media on Public Relations Practice. [Online]. 2009. Available from: www.instituteforpr.org. [2010, May 26]

Wylie, P. 5 Easy Ways to Drive Social Media Fans to Action. [Online]. 2010. Available from : <http://www.socialmediaexaminer.com/5-easy-ways-to-drive-social-media-fans-to-action/> [2010, October 29]

'You' named Time's person of 2006. [Online]. 2006. Available from: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/6187113.stm> [2010, May 26]

ภาคผนวก



ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวศรียา จตุรพันธ์ เกิดเมื่อวันที่ 10 เมษายน พ.ศ. 2529 ที่กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี วิชาเอกภาษาอังกฤษ คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปี พ.ศ.

2552

