

บรรณานุกรม

- กิริติกานต์ วัฒนอม. (2539). การวิเคราะห์รูปแบบเนื้อหาและปัจจัยที่มีบทบาทต่อการสร้างสรรค์เพลงโฆษณาอิทธิพลของการโฆษณา. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กิติ กันภัย. (2543). มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่. กรุงเทพฯ : บริษัท เอ็ดดิสันเพรส โพรดักส์.
- กิตติศักดิ์ นภาพรรณวัฒน์. (2547). การเปิดรับข่าวสารเพื่อการรณรงค์ให้ประหยัดน้ำประปา กับพฤติกรรมการใช้น้ำประปาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กาญจนา รูปะวิเชตร์. (2549). การโฆษณาสินค้าประเภทเครื่องดื่มชูกำลังผ่านสื่อโทรทัศน์ตามทัศนะของผู้ประกอบอาชีพรถแดง ในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- คณะกรรมการกลุ่มผลิตชุดวิชาหลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์. (2532). หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ หน่วย 1-7. พิมพ์ครั้งที่ 5. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมชิตราช.
- เครือข่ายกาญจนาภิเษก. พิษภัยของแอลกอฮอล์. สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ เล่มที่ 27 [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [http : //kanchanapisek.or.th/kp6/BOOK27/](http://kanchanapisek.or.th/kp6/BOOK27/) (15 กรกฎาคม 2545).
- เครือข่ายของคักรงดเหล้า. ทำไมต้องควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [http : //stopdirk.com/news/view.asp?id=964.15](http://stopdirk.com/news/view.asp?id=964.15) , (15 กรกฎาคม 2551).
- ใจกนก บุรณะดิษ. (2534). อิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มชูกำลังของพนักงานการทำเรือแห่งประเทศไทย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชาญศักดิ์ บุญช่วย. (2545). การศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อโฆษณาสินค้าขายตรงแบบตอบสนอทันที ผ่านสื่อโทรทัศน์และพฤติกรรมการซื้อของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชินุทัตย์ กาญจนะจิตราและคณะ. (2546). สุขภาพคนไทย2546. กรุงเทพมหานคร : อัมรินทร์พรินติ้งแอนด์พับลิชชิ่งจำกัด .

- ณรงค์ สมพงษ์. (2545). สื่อเพื่องานส่งเสริมเผยแพร่. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์
- ณรงค์ศักดิ์ อัสวกุลไกร. (2548). การวิเคราะห์เนื้อหาภาพยนตร์โฆษณาสุราทางโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทิพารัตน์ เด่นชัยประดิษฐ์. (2539). การศึกษากลยุทธ์และประสิทธิภาพของโครงการประชาสัมพันธ์ เพื่อลดอุบัติเหตุการจราจรจากการดื่มสุรา. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท สาขาวิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- แน่นน้อย บุญเนตร. (2539). แนวคิดและความหมายของการโฆษณา. เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาหลักโฆษณา. ปทุมธานี: ศูนย์การศึกษาเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยรังสิต.
- นิทัศน์ ศิริโชติรัตน์. (2550). การห้ามโฆษณาอย่างสิ้นเชิงจะช่วยลดปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่. ภาควิชาสุศึกษาและพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- นิทัศน์ ศิริโชติรัตน์. (2550). เหตุผลของการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์. ภาควิชาสุศึกษาและพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ชนวัฒน์ สุวรรณจรัส. (2539). การประเมินประสิทธิผลของการใช้เนื้อหาสารที่สร้างความกลัวในสื่อโทรทัศน์เพื่อป้องกันการเกิดอุบัติเหตุจากการขับขีรถยนต์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท สาขาวิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชนภรณ์ อุทยานิก. (2543). ประสิทธิภาพของสำนักงานอาหารและยาในการเผยแพร่ความรู้แก่ผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2540). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธีรพร ใจหนัก. (2548). การเปิดรับและทัศนคติของนักเรียนมัธยมศึกษาสามัญในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อโครงการ DNA (Drink No Alcohol) สายพันธุ์ใหม่ไร้แอลกอฮอล์. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญบา สุธีธร. (2538). ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การสื่อสารกับความทันสมัยของผู้นำท้องถิ่น. วิทยานิพนธ์ สาขาวิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปานทิพย์ ใจปัญญา. (2543). การเปิดรับทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคสตรีที่มีต่อการส่งเสริมการขายแบบชิงโชค. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์การโฆษณา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ. (2548). การขับเคลื่อนทางสังคมด้านการควบคุมการบริโภค **เครื่องดื่มแอลกอฮอล์** : สำนักงานกองทุนสนับสนุน การสร้างเสริมสุขภาพ .
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ . (2549). **มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่**.กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอ็ดดิสันเพรส โพรดักส์.
- ประมะ สตะเวทิน (2533). **หลักนิเทศศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์
- ประภัสสร สุวรรณบงกช. (2549). **พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคลากรสาธารณสุข จังหวัดเชียงใหม่**. การค้นคว้าแบบอิสระ สาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิต วิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2549). **ทัศนคติ: การวัด การเปลี่ยนแปลง และพฤติกรรมอนามัย**, พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์โอเดียนส.
- ปิ่นรดี ทิพย์โกศชัย. (2543). **ทัศนคติและพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาบัตร เครดิต ชูด Rely on ของผู้ถือบัตรเครดิตในเขตกรุงเทพมหานคร**.วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปิยกุล เลาว์ณย์ศิริ. (2530). **การผลิตสิ่งพิมพ์ประเภทภาพยนตร์**. กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัย สุโขทัย ธรรมราช.
- “ประวัติโครงการเลิกเหล้า เลิกจน เริ่มต้นเข้าพรรษา ทำความดีถวาย ในหลวง” 2550**
[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://www.stopdirk.com> (27 ตุลาคม 2550)
- พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร. (2529). **หลักและทฤษฎีการสื่อสาร**.ผู้รับสาร: นนทบุรี. มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมราช.
- พีระ จิระโสภณ. (2529). **ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช.
- พรเพ็ญ เพชรสุขศิริ. (2532). **ความสัมพันธ์สุรากับปัญหาความรุนแรงในครอบครัว**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช.
- พัชรี เชยจรรยา และคณะ. (2540). **แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์**.กรุงเทพมหานครคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จันทร์เพ็ญ ชาญชัย พิจิตรวิยปริชา. (2545). **พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโฆษณาสินค้าโทรศัพท์มือถือ**. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ม มหาวิทยาลัยศรีประทุม.

- มยุรี น่วมพิพัฒน์. (2540). พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารความปลอดภัยในการทำงานระดับปฏิบัติการ : ศึกษาเฉพาะกรณีอุตสาหกรรมการผลิต ผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักรและอุปกรณ์. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รังสิมา นิโลบล. (2547). กระบวนทัศน์ใหม่ของการสื่อสารเพื่อสร้างเสริมสุขภาพของประชาสังคม. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารศาสตร์ ภาควิชาวารสารศาสตร์และการสื่อสารการแสดง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2541). คู่มือการ การวิจัยเชิงปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่3. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- วัชรียา อานามวัฒน์. (2533). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เพื่อใช้ประโยชน์และตอบสนองความต้องการ. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิภิญญา คนตรีรส. (2540). อิทธิพลของการโฆษณาเครื่องดื่มชูกำลังทางโทรทัศน์ต่อการบริโภคเครื่องดื่มชูกำลังของพนักงานขับรถของหน่วยงานในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วนิดา พุ่มพา. (2547). แนวโน้มการเลียนแบบโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ของนักเรียนโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริพรรณวดี รุ่งวุฒิจจร. (2541). อิทธิพลของการโฆษณาทางโทรทัศน์ที่มีต่อพฤติกรรมการใช้ผ้าอนามัย ของกลุ่มนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริรัตน์ บุญถนอม. (2548). การศึกษาการเปิดรับโครงการ “เมาไม่ขับ” ทางสื่อโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. คณะนิเทศศาสตร์ สาขาวิชาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา. (2549). ข้อมูลการจัดอันดับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://cas.or.th> (15 กรกฎาคม 2551).
- ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา. (2550). สุราสถิติการบริโภคเครื่องดื่มสุราของประชาชนคนไทย. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.cas.or.th/> (27 ตุลาคม 2550).
- เสรี วงษ์มณฑา. (2535). กว่าจะเห็นเป็นโฆษณา:แนะแนววิชาโฆษณา. กรุงเทพมหานคร: มณีพุกภัย
- เสรี วงษ์มณฑา. (2532). ตำราพิชัยสงครามทางการตลาด. กรุงเทพมหานคร. ซีระฟิล์มและไซเท็ก
- เสรี วงษ์มณฑา. (2540). การวิจัยสำหรับนักโฆษณา. กรุงเทพมหานคร. บพิธการพิมพ์.

- สมควร เจริญสุข. (2549). พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจจากรายการเกมส์โชว์ทางโทรทัศน์ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภัทรา พันธุ์จันทร์. (2541). การเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และความคิดเห็นของเยาวชนที่มีต่อวารสารและนิตยสารในโครงการส่งเสริมผลงานสื่อมวลชนดีเด่นเพื่อเยาวชน. วิทยานิพนธ์ วารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุภารักษ์ จูตระกูล. (2547). การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการทิ้งขยะแยกประเภท เพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ลัดดาวัลย์ หวังชิงชัย. (2546). การศึกษากลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลของโครงการพลังไทย ลดใช้พลังงาน. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา นิเทศศาสตรพัฒนาการ ภาควิชาประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า. (2548). มาตรการควบคุมในการป้องกันและแก้ไขปัญหาจากแอลกอฮอล์. [ระบบออนไลน์]. [http : // www.stopdirk.com](http://www.stopdirk.com) (15 กรกฎาคม 2551).
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2528). การใช้สื่อมวลชนเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ. ทฤษฎีงานวิจัยและข้อเสนอต่อการศึกษา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ วารสารนิเทศศาสตร์.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2534). การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพมหานคร ฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ขงยุทธ ขจรธรรม. (2547). นโยบายควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. กรุงเทพมหานคร ฯ : มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ.
- อลิศรา เกิดธรรม. (2549). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโฆษณา ทักษะคิด และปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลมของวัยทีน. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต.
- อวยพร เพชรธา. (2548). การศึกษาการเปิดรับและทัศนคติที่มีต่อโครงการลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- อวยพร พาณิช. (2530). การใช้ภาษาในการโฆษณา. เอกสารประกอบการสอนชุดการสร้างสรรค์และผลิตสื่อโฆษณา. นนทบุรี. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมชิวราช

- อรวรรณ ปิรันธน์โอวาท. (2549). การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. วิทยานิพนธ์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ ธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- อารยา สุพุทธมงคล. (2549). พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมทางสื่อโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อำนาจ สุวัฒน์พงษ์. (2539). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโฆษณาภาพเคลื่อนไหว เครื่องดื่มชูกำลังชนิดใหม่ ทางสื่อโทรทัศน์กับพฤติกรรมการบริโภคภาพเคลื่อนไหวของกลุ่มผู้ใช้แรงงานไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Adrian Bauman. Ben J. Smith. Edward W, Maibach Bill Reger - Nash, (2006). Evaluation of massmedia campaign for physical activit, 312 – 322
- Assel Henry. Consumer Behavior and Markeing Action, 6th ed. (Ohio: South-Western College Publishing, 1998), pp. 83-86
- Bandura, A Social Learning Theory. New Jersey : Prentice Hall, Inc, 1977
- Best. John W. Research in Education. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall, 1987 Excellence (New Youk: McGraw-Hill Inc., 1995)
- Chirs Fill, Marketing Communications (Wilshire: Prentice Hall, 1995), p.6
- Edwards. G. et.al. Alcohol Policy and the Pubic Good. Oxford University Press, 1994.
- Gerbner. (1998). A preliminary evaluation of the impact of local accident information on The public perception of road safety
- Jean - Francois Ette, Evelyne Laszlo (2005). Evaluation of a poster campaign against passive smoking for Word No - Tobacco Da
- H.C. Kelman, international behavior. (New York: Holt, Rinehart and Winston, 1965)
- Mc Combs. Maxwell. And Becken lee .(1979). Using Mass Communication Theory . Englewood Cliffs, New Jescy: Prentice Hall.
- Melvin L. Defleur, and Everette E. Dennis, Understanding Mass Communication (New Jersey: Houghton Miffln Company, 1996), p. 564

- Neil K. Chaudhary & Mark Alonge & David F. Preusser (2005). Evaluation of the Reading, Pa nighttime safety belt enforcement campaign, 321 - 326.
- Mun I. Norman , introduction to Psychology, (Boston :Houghton Muffin Co.,1998)
- Postaman et al.(1998). Cited in Alcohol Policy and the Pubic Good.Oxford University Press, 1994.
- Harry Ctriandis, Attitude and Attitude Change .(New York: John Wiley&Sons, Inc.,1971).
- Signorielli, N., and Morgan, M Cultivation Analysis: Research and Practice. In M.Salwen; and D. Stacks (eds.).An Integrated Approach to Communication Theory and Research, pp 111-126 . New Jersey: Erlbaum Associates.1996
- Yamane, Taro. Lssues in Adolescent Psychology. Third Edition. Englewood Cliffs, N.J: Prentice-Hall, 1977
- Zimbardo. Philip G., and Ebbesen, Ebbe.influencing attitudes and Changing behavior: An introduction to method, and applications of social control and Personal power. Second edition. Addison-Wesley Pub. Co., 1997