

บรรณานุกรม

- กฤษรา วิชากรวิจิตร. (2551). **งานจากละคร 1** (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิตติรัช พรศรีนิยม. (2561). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการหนังสือพิมพ์ออนไลน์ผ่าน Netflix ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร.** การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- กิติมา สุรสนธิ. (2548). **การวางแผนการสื่อสาร: แนวคิดและเทคนิค.** กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์. (2546). **“ปัจจัยของประชากรด้านอายุ”** ตัดสินใจและพฤติกรรมในการใช้ชีวิต รวมถึงพฤติกรรมและความคิด. สืบค้นเมื่อ 26 เมษายน 2562, จากเว็บไซต์: http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2893/1/suchantra_saph.pdf.
- กุกุลิน ชติยะ. (2555). **การวิเคราะห์องค์ประกอบและแนวทางการออกแบบ เว็บไซต์ประเภทแฟ้มสะสมผลงานอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับนักศึกษาระดับอุดมศึกษา.** วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เกรียงไกร กาญจนะโกคิน. (2555). **การวางแผนสื่อสำหรับการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรมในยุคดิจิทัล.** สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2562, จากเว็บไซต์: http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2015/TU_2015_5707011317_4284_3026.pdf.
- โกวิท วงศ์สุรวัฒน์. (2552). **เจนวนายคืออะไร.** สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2562, จากเว็บไซต์: http://www.matichon.co.th/matichon/view_news.php?newsid=01act02170652§ionid=0130&day=2009-06-17.
- จุนพงษ์ โพธิ์แย้ม และ พิมพ์ณัฐชยา สัจจาศิลป์. (2562). **ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์แทนการชมภาพยนตร์แบบออนไลน์ในเขตจังหวัดนนทบุรี.** งานประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปี 2562.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2548). **ปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับประชากร.** สืบค้นเมื่อ 26 เมษายน 2562, จากเว็บไซต์: http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5804010238_6477_4626.pdf.
- นัตยาพร เสมอใจ. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ: เอ็กชเปอร์เน็ท.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ชนาพร พิทยาบุรณ์. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเปิดรับชมรายการละครวิทยุโทรทัศน์ของ นักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง. **วารสารรามคำแหง ฉบับมนุษยศาสตร์**, 33 (1).
- ชัชวาล. (2553). **จุดใจคน Gen-Y (ตอนแรก)**. สืบค้นเมื่อ 26 เมษายน 2562, จากเว็บไซต์: <http://www.jobpub.com/articles/showarticle.asp?id=2530>.
- ชัยภัทร ปิติสุตระกุล และอัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว. (2558). **กระบวนการการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของละครเวทีในประเทศไทย**. ประชุมวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2558 คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ วันที่ 9 มิถุนายน 2558.
- ชัยวัฒน์ ปัญญาพงษ์ และณรงค์ เทียนสง. (2521). **ประชากรศาสตร์และประชากรศึกษา**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- _____. (2525). **ทฤษฎีประชากรศาสตร์**. **วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ**, 3 (1).
- ณวดี เศรษฐเมธีกุล. (2558). **การบริหารจัดการละครเวทีอย่างมีประสิทธิภาพด้วยการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางด้านอีเว้นท์เมเนจเม้นท์**. สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2562, จากเว็บไซต์: <http://www.fineart.tu.ac.th/index.php/th/fa-journal-10-1/232-journal-y10-1-2>.
- ณัฐกิตติ์ เพ็งมีศรี. (2554). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเพลงลิขสิทธิ์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างในกรุงเทพมหานครที่ซื้อและเคยซื้อสินค้าเพลงลิขสิทธิ์จำนวน 400 ตัวอย่าง**. สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2562, จากเว็บไซต์: <http://https://www.dpu.ac.th/graduate/upload/content/files/ปีที่%204%20ฉบับที่%203%20เดือน%20เมษายน%20-%20กรกฎาคม%202559/vol4-3-3.pdf>.
- ณัฐนี คงห้วยรอบ. (2559). **การสื่อสารการตลาดแบบดิจิทัลที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์บนเว็บไซต์ LAZADA ในกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ณวดี เศรษฐเมธีกุล. (2557). **การบริหารจัดการละครเวทีอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางด้านอีเว้นท์เมเนจเม้นท์**. **ศิลปกรรมสาร**, : 55-80.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ณัฐวุฒิ พงศ์ศิริ. (2552). **เจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y)**. สืบค้นเมื่อ 27 พฤษภาคม 2562, จากเว็บไซต์: <http://eprints.utcc.ac.th/2416/1/2416fulltext.pdf>.
- ณัฐสิมา สงคง, ดวงเทพิน กะตะโท และศิริพร เผือกผ่อง. (2562). มุมมอง พฤติกรรม และผลจากการใช้บริการธุรกิจวิดีโอสตรีมมิ่งในประเทศไทย: กรณีศึกษา Netflix. **การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8: วิจัยก้าวใหม่เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน**. การประชุมวิชาการ ครั้งที่ 8 มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ.
- ดวงใจ จันทรีดี. (2559). **ทัศนคติที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยวของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร**. สืบค้นเมื่อ 27 พฤษภาคม 2562, จากเว็บไซต์: http://mba.swu.ac.th/article/fileattachs/15122016145929_f_0.pdf.
- ทิพวัลย์ สิ้นนิธิตาวร. (2553). **Generation Y**. สืบค้นเมื่อ 27 พฤษภาคม 2562, จากเว็บไซต์: http://sites.google.com/site/490880_tippawansinnitaworn/examinatio/generation-y.
- นาริรัตน์ พักเพ็ญบุญ. (2554). **ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในศูนย์จำหน่าย เอส.บี. ดีไซด์ สแควร์ ในกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- บริษัท นันทวัน แมนเนจเม้นท์ จำกัด. (2554). **กลยุทธ์ทางการตลาด (8 P's Strategy)**. สืบค้นเมื่อ 27 พฤษภาคม 2562, จากเว็บไซต์: <http://www.nmc.co.th/index.php?lite=article&qid=41907759>.
- บิสิเนสไทย. (2550). **กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจละครเพลง**. สืบค้นเมื่อ 12 พฤษภาคม 2562, จากเว็บไซต์: <http://ibdoc.dpu.ac.th/thesis/141228.pdf>.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2541). **การสื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี** (พิมพ์ครั้งที่ 2) กรุงเทพฯ: ภาคพิมพ์.
- _____. (2546). **หลักนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองศาสตร์การพิมพ์.
- ประภาส บัวบาน. (2557). **พฤติกรรมการรับชม การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมละครเวทีสัญจรที่มีต่อคณะละครมรดกใหม่**. สืบค้นเมื่อ 26 พฤษภาคม 2562, จากเว็บไซต์: <https://www.spu.ac.th/commarts/project/บทความทางวิชาการ-ประภาส>.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ปัทมธร เขียวชัยพฤกษ์. (2560). **ยุคเจนเอเรชั่นวาย (Generation Y)**. สืบค้นเมื่อ 26 พฤษภาคม 2562, จากเว็บไซต์: [http://file:///C:/Users/MYSOFT/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/252-19-PB%20\(2\).pdf](http://file:///C:/Users/MYSOFT/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/252-19-PB%20(2).pdf).
- พินิดา อ่อนลออ. (2559). **กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่ทำให้ลาซาด้า (Lazada) ประสบความสำเร็จ**. การศึกษาเฉพาะบุคคล การบริหารสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พัทธนุช บุศน์น้ำเพชร. (2557). **กลยุทธ์ของผู้จัดละครโทรทัศน์ในกระบวนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 กรณีศึกษา คุณยศสินี วัฒนคร**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.
- พสุ เดชะรินทร์. (2552, 28 กรกฎาคม). “การทำ ความเข้าใจกับคน Gen Y”. **กรุงเทพธุรกิจ**.
- พิชญา พิริยะประทานคุณ. (2556). **กระบวนการการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์**. สืบค้นเมื่อ 26 พฤษภาคม 2562, จากเว็บไซต์: <http://www.gscm.nida.ac.th/public-action/Proceeding/2558/5-4.pdf>.
- พีระพล พิภวากร. (2552). **การศึกษาพฤติกรรมและกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการรับชมการเผยแพร่ผลงานแสดงดนตรีสด และบันทึกการแสดงดนตรีสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. สืบค้นเมื่อ 26 มิถุนายน 2562, จากเว็บไซต์: http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2316/1/jirapat_tong.pdf.
- พัชรिता วัฒนา. (2536). **ศิลปินเพลงไทยสากลและสื่อมวลชน วิถีทางในการสร้างความมีชื่อเสียง**. สืบค้นเมื่อ 27 พฤษภาคม 2562, จากเว็บไซต์: <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/29539>.
- ภัททิรา กลิ่นเลขา. (2559). **พฤติกรรมการเปิดรับชมโทรทัศน์ของวัยรุ่นในภาคใต้ตอนล่าง. การประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติ และนานาชาติ ครั้งที่ 7 วันที่ 23 มิถุนายน 2559 มหาวิทยาลัยหาดใหญ่**.
- มาลินี มาลีคล้าย. (2554). **การรับรู้การสื่อสารของผู้บริโภคที่มีผลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าอิตีตันในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- เมทินี ทองศรีเกตุ. (2552). **พฤติกรรมการดูละครทางโทรทัศน์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร**. การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เมธาวิ เจริญผล. (2558). (ออนไลน์). “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ของนิตยสารลอฟฟี่เซียลไทยแลนด์”. สืบค้นเมื่อ 25 พฤษภาคม 2562, จากเว็บไซต์: <http://gscm.nida.ac.th/public-action/Proceeding/2558/5-3.pdf>.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). **การวิเคราะห์ผู้รับสาร**. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2542). **แนวความคิดของด้านประชากรศาสตร์**. สืบค้นเมื่อ 26 เมษายน 2562, จากเว็บไซต์: <http://www.research-system.siam.edu/images/independent/.pdf>.
- รัชฎา อสิสนธิสกุล. (2549). เติร์มรับ Generation Y คลื่นลูกใหม่ขององค์การ. **โปรดักทิวิตี เวิลด์ (Productivity world)**, 11 (60): 56-60.
- วิภา สุขสุสาสน์. (2559). **การเปิดรับสื่อโฆษณากลางแจ้งประเภทดิจิทัลและความตั้งใจซื้อสินค้าบนสื่อโฆษณากลางแจ้งประเภทดิจิทัลของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. สืบค้นเมื่อ 26 พฤษภาคม 2562, จากเว็บไซต์: <http://mba.swu.ac.th/thesis/view.php?id=530>.
- แรกขวัญ สวาสดีพันธ์. (2556). **การสื่อสารการตลาดของค่ายเพลงโมโนมิวสิคผ่านสื่อยูทูป**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- วรรณนา วันหมัด. (2558). ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต. **วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร**, 10 (2).
- วราศรี อัจฉริยะเดชา. (2558). **การเปิดรับและทัศนคติของกลุ่มคนเจนเอเรชั่นวาย ที่มีต่อข่าวบันเทิงในเว็บไซต์เฟซบุ๊ก (Facebook)**. การค้นคว้าอิสระวารสารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการการสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรัญญา ศรีเสวก. (2553). **เหตุผลที่ไม่มีเหตุผลของคน Gen Y**. สืบค้นเมื่อ 26 พฤษภาคม 2562, จากเว็บไซต์: <http://www.wiseknow.com/blog/2009/08/31/3289/>.
- วารุณี ตันติวงศ์วานิช และคณะ. (2545). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ: เพียร์สันเอดดูเคชั่น อินโดไชน่า
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). **การวิจัยธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- _____. และคณะ. (2543). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- _____ และคณะ. (2552). **ความหมายของส่วนประสมการตลาด**. สืบค้นเมื่อ 26 พฤษภาคม 2562, จากเว็บไซต์: http://thaibuz.blogspot.com/2012/01/blog-post_5375.html.
- _____ (2552). **ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค**. สืบค้นเมื่อ 26 พฤษภาคม 2562, จากเว็บไซต์: http://thaibuz.blogspot.com/2012/01/blog-post_5375.html.
- ศุภกร เสรีรัตน์. (2545). **พฤติกรรมผู้บริโภค** (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: เอ.อาร์ บิสซิเนส เพรส.
- เศรษฐวิวัฒน์ พรหมสิทธิ์, นราศรี ไวนิชกุล. (2559). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการโลจิสติกส์การ**
ท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 35 (4).
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2549). **Practical IMC การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานภาคปฏิบัติ**
(พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: แปรนด์ เอจ บুকส์.
- สินียา ไกรวิมล. (2545). **ลักษณะของบทละครโทรทัศน์ไทยที่ได้รับความนิยมช่วงหลังข่าว**.
สืบค้นเมื่อ 26 พฤษภาคม 2562, จากเว็บไซต์: [http://www.tnrr.in.th/?page=result_](http://www.tnrr.in.th/?page=result_search&record-_id=270506)
[search&record-_id=270506](http://www.tnrr.in.th/?page=result_search&record-_id=270506).
- สิริรัชญา ศิวนนตรี และ สุพาตา สิริกุตตา. (2557). **แรงจูงใจ การรับรู้ ความคาดหวังและ**
พฤติกรรมการชมคอนเสิร์ตต่างประเทศในกรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 29
มิถุนายน 2562, จากเว็บไซต์: <http://dspace.bu.ac.th/bitstream>.
- สุรีย์ ทองสมาน. (2542). **บทละครโทรทัศน์ที่ดัดแปลงจากนวนิยาย**. สืบค้นเมื่อ 26 พฤษภาคม
2562, จากเว็บไซต์: <http://department.utcc.ac.th/library/onlinethesis/265016.pdf>.
- สุภาพร ว่องวัฒนศิริ. (2553). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าอิเล็กทรอนิกส์เชิง**
นิเวศเศรษฐกิจของกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 26
พฤษภาคม 2562, จากเว็บไซต์: [http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/897/1/](http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/897/1/pilan_sila.pdf)
[pilan_sila.pdf](http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/897/1/pilan_sila.pdf).
- สุวสา ชัยสุรัตน์. (2537). **ลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ**. สืบค้นเมื่อ 26
เมษายน 2562, จากเว็บไซต์: [http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1485/1/](http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1485/1/wasin.sanh.pdf)
[wasin.sanh.pdf](http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1485/1/wasin.sanh.pdf).

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์. (2530). **กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อร้านหนังสือออนไลน์**. สืบค้นเมื่อ 30 เมษายน 2562, จากเว็บไซต์: <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/984>.
- เสวี วงษ์มณฑา. (2540). **ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด**. กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์พัฒนา.
- _____. (2547). **กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (IMC)**. สืบค้นเมื่อ 30 เมษายน 2562, จากเว็บไซต์: <http://ithesisir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/-159/1/บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต%2074.57602713เหมสุดา%20สันติมิตร.pdf>.
- เสาวนีย์ พิสิฐานุสรณ์. (2550). **แนวคิดและพฤติกรรมการปฏิบัติงานตามคุณลักษณะด้านทักษะและอาชีพในศตวรรษที่ 21 ของ Gen Y**. สืบค้นเมื่อ 13 พฤษภาคม 2562, จากเว็บไซต์: <http://tci-thaijo.org>.
- เสวี วงษ์มณฑา. (2542). **กลยุทธ์การตลาด: การวางแผนการตลาด**. กรุงเทพฯ: ไดมอนด์ อินบิสซิเนส เวิร์ด.
- เสาวนีย์ พิสิฐานุสรณ์. (2550). **Generation Y ตบเท้าเข้าสู่โลกธุรกิจ**. สืบค้นเมื่อ 13 พฤษภาคม 2562, จากเว็บไซต์: <https://positioningmag.com/9948>.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล. (2546). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อดิพล เอื้อจรัสพันธุ์. (2561). **พฤติกรรมการใช้สื่อของกลุ่มเจนเนอเรชั่น เอ็กซ์ และเจนเนอเรชั่นวาย**. สืบค้นเมื่อ 26 พฤษภาคม 2562, จากเว็บไซต์: <https://www.tci-thaijo.org/index.php/jcosci/article/view/138056>.
- อุทิศ ศรีวิวัฒน. (2555). **เจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y)**. สืบค้นเมื่อ 26 พฤษภาคม 2562, จากเว็บไซต์: <http://eprints.utcc.ac.th/2416/1/2416fulltext.pdf>.
- อลิลา ชินคงอำนาจ. (2560). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมรายการ The Mask Singer หน้ากากนักร้อง**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อภิวุฒิ พิมลแสงสุริยา. (2553). **รับมือกับคน Gen Y**. สืบค้นเมื่อ 13 พฤษภาคม 2562, จากเว็บไซต์: <http://www.orchidslingshot.com/modx/index.php?id=1357>.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- อรรถสิทธิ์ เหมือนมาตย์. (2551). **มดใจ Gen Y ด้วยดีไซน์ โดนๆ**. สืบค้นเมื่อ 13 พฤษภาคม 2562, จากเว็บไซต์: <http://www.marketingoops.com/brand-marketing/strategy-brand-marketing/gen-y/www.paiduaykan.com/travel/ชุมชนพระบาทห้วยต้ม>.
- อาทิตย์ ว่องไวตระการ. (2560). **อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านร้านค้าออนไลน์**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อัจฉริยา ทุงแจ่ม. (2560). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการผ่านทางสื่อออนไลน์**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Barnard, C. (1938). *The Functions of the Executive*. Cambridge: Harvard University Press.
- Belch, George E. and Belch, Michael A. (1993). *Introduction to Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (2 nd ed). Boston, Mass: Richard D. Irwin, Inc.,
- Boone, L. E. & Kurtz, D. L. (1995). *Contemporary marketing* (8th ed.). Unites States: The Dryden Press Harcourt Bruce College Publishers.
- Etzel, Michael J., Walker, Bruce J. and Stanton, William J. (2007) **Marketing**. (14th ed). Boston: Mc Graw -Hill.
- Fishbein, M. A. (1967). **Attitude and the prediction of behavior**. In M. Fishbein (Ed.), *Readings in attitude theory and measurement*. New York: Wiley.
- Francese, Peter. (2003). **Trend Ticker: Ahead of the Next Wave**. *Advertising Age*. 2019, 10 March, from: Retrieved from <http://adage.com/article/american-demographics/trend-tickerahead-wave/44208/>
- Gang-Y.com. (2553). **GenerationY**. สืบค้นเมื่อ 13 พฤษภาคม 2562, จากเว็บไซต์: <http://www.impressionconsult.com/web/index.php/articles/256-why-generation-generation-y-gen-y.html>.
- Kotler, Philip. (1997). **Marketing Management**. The Millenium edition. New Jersey: Prentic-Hall.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- _____. and Armstrong, G. (1996). **Principles of Marketing** (8th ed). New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- _____. and Lee Nancy. (2005). **Corporate Social Responsibility**. USA: John Wiley & Sons, Inc.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). **Utilization of Mass Communication by the Individual**. Beverly Hills: Sage Publications.
- Lamb, Hair & McDaniel. (1992). **Principles of Marketing**. New Jersey: Cengage South-Western.
- Loudon, David L. and Albert J. Dell Bitta. (1993). **Consumer Behavior** (4th ed). New York: McGraw –Hill, Inc.
- McCarthy, E. J. (1960). **Basic Marketing: A Managerial Approach**. Homewood (Illinois): R. D. Irwin.
- Merrill and Lowenstein. (1971). **Media, Messages, and men: New perspectives in communication**. New York: David Mckey Company.
- Richard J. Semenik. (2002). **Promotion and Integrated Marketing Communication with Info Trac College Edition**. Nashville: South-Western College Pub.
- Rogers, Everett M. and F.Floyd Shoemaker. (1971). **Communication of Innovation: A Cross Culture Approach**. New York: The free Press.
- Semenik, R. J. (2002). **Promotion and intregrated marketing communications**. Ohio: South-Western.
- Vayoit. (2562). “กลยุทธ์ 8P” กลยุทธ์การตลาดยุค 4.0 สำหรับธุรกิจร้านอาหาร. สืบค้นเมื่อ 13 พฤษภาคม 2562, จากเว็บไซต์: <https://vayoit.com/blog/marketing-strategy/>.
- Walters. (1978). **Adaptive Management of Renewable Resources**. New York: Mc Graw -Hill.
- Williamson, Andy. (2013). **Social Media Guidelines for Parliaments**. 2019, May 13, from: <http://www.ipu.org/PDF/publications/SMG2013EN.pdf>.
- Yamane, Taro. (1967). **Taro Statistic: An Introductory Analysis**. New York: Harper &ro.