

บรรณานุกรม

- กาญจนา มีศิลป์กัญ. (2553). **ความรู้เบื้องต้นและทฤษฎีการสื่อสาร**. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- กิติมา สุรสนธิ. (2533). **ความรู้ทางการสื่อสาร**. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์. (2546). **จิตวิทยาทั่วไป**. กรุงเทพฯ: ไทยเจริญการพิมพ์.
- กัญญา เหมือนไธสง. (2549). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบินต้นทุนต่ำ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ม.ป.ท.
- เกศสุดา สรรพช่าง. (2548). **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศของผู้โดยสารขาออก ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่**. สาขาวิชาจิตวิทยาการศึกษา และการแนะแนวบัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2549). **การคิดเชิงกลยุทธ์**. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: บริษัทซัคเซส มีเดีย.
- ขวัญเรือน กิติวัฒน์. (2531). **พลศาสตร์ของการสื่อสาร**. เอกสารการสอนชุดวิชาพลศาสตร์ การสื่อสาร หน่วยที่ 2 (หน้า 23-26). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จิตติยา ศรีฤทธิประดิษฐ์ และ พิทักษ์ ศิริวงศ์ (2559). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ของผู้โดยสารสายการบินนกแอร์**. (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี, คณะวิทยาการจัดการ, สาขาวิชาการประกอบอาหาร.
- จิรายุ อักษรดี. (2554). **ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพล ต่อระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสายการบิน ในประเทศไทย ในการเดินทางเส้นทางบินในประเทศ**. การศึกษาเฉพาะบุคคล คณะบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2548). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชัยวัฒน์ ปัญญาพงษ์ และ ณรงค์ เทียนสง. (2521). **ประชากรศาสตร์และประชากรศึกษา**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

- ชูศรี วงศ์รัตนะ.(2541). **เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย**. (พิมพ์ครั้งที่ 7).กรุงเทพฯ:ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐฐา ชุ่มมานะชัย. (2554). **สื่อโฆษณาออนไลน์ แนวทางจากอดีตสู่อนาคต**. นักบริหาร ปีที่ 2 ฉบับที่ 31 เลขหน้า 167 – 172.
- ณัฐฐา หงษ์แก้ว. (2555). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการ ของสายการบินไทยแอร์เอเชียภายในประเทศ เชียงใหม่-กรุงเทพฯ**. รายงานวิจัยปัญหาเศรษฐกิจปัจจุบัน. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. คณะเศรษฐศาสตร์.
- ณัฐฐา อ่ำไผ. (2556). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สายการบิน ต้นทุนต่ำ หรือ สายการบินหลักของนักศึกษาสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์**. ภาคนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ.
- ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์. (2544). **การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับเพศศึกษาของวัยรุ่นใน เขตกรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดวงพร คำบุญวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง. (2536). **สื่อสาร...การประชาสัมพันธ์**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยมหิดล.
- นฤทธิ รัชมณศา. (2554). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินภายในประเทศของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด.
- นันทิดา ไชยธรรม. (2547). **การเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจรายงานข่าวภาคเช้าทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตรพัฒนาการ, คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บัณฑิต ผังนรินทร์ปิยกนิษฐ์ โชติวณิช และสมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์. (2557). **การศึกษาการสร้างควมภักดีต่อการให้บริการของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)**. วารสาร มชก. วิชาการ, 17(34), 93-107
- บุญชม ศรีสะอาด. (2535). **หลักการวิจัยเบื้องต้น**. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาสน.

- ปกรณัม ปรียากร. (2552). **การวางแผนกลยุทธ์: แนวคิดและแนวทางเชิงประยุกต์**. (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2541). **การสื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). **หลักนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- ปาริชาติ ยานะติ. (2548). **ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานเชียงใหม่**. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พงศกร งามสม. (2554). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อท่าเรือเลือกใช้บริการบินของผู้ใช้บริการในเส้นทาง กรุงเทพฯ – ฮองกง กรณีศึกษาสายการบินไทยและสายการบินคาเธ่ย์แปซิฟิค**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- พจน์ ใจชาญสุขกิจ. (2550). **พลิกโฉมองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารชั้นเขียน**. กรุงเทพฯ : สุานบุ๊คส์.
- พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์. (2540). **ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์**. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ปรกาศพริก.
- พรอณระพี สุรินทร์รัฐ. (2548). **ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการบริหารที่มีต่อภาพลักษณ์สายการบินนกแอร์**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พีระยุทธ คุ่มศักดิ์. (2555). **ความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ**. มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.
- มานิต ศิริวัชรไพบูลย์. (2550). **ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินบางกอกแอร์เวย์สของผู้โดยสารคนไทย**. ภาคนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ยุบล เบ็ญจวงศ์กิจ. (2554). **การวางแผนและการประเมินผลการสื่อสารเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: 21 เซ็นจูรี่.
- ยุพดี จิตติกุลเจริญ. (2537). **ทฤษฎีการสื่อสาร**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.

- รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ. (2557). **การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์**. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิวัฒน์ อุดมกิตติ. (2549). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อบริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย**. โครงการวิจัยปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- วิจิตร อวระกุล. (2541). **เทคนิคการประชาสัมพันธ์**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักส่งเสริมและฝึกอบรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิรัช ฌวัชฌกุล. (2538). **การประชาสัมพันธ์**. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2539). **คุณภาพการให้บริการ**. เข้าถึงจาก <http://www.ssruii.ssru.ac.th/bitstream/ssruir/672/1/112-55.pdf> (2559, 11 มกราคม)
- เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ. (2552). **ภัยคุกคามความมั่นคงระบบสารสนเทศ**. เข้าถึงได้จาก www.pi.ac.th/up_news/139c3Computer_safety.pdf (2557, 4 กุมภาพันธ์).
- ศิวัตรา พิพัฒน์ไชยศิริ. (2555). **ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศ ของผู้โดยสารชาวไทย**. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ศิริพร สุขไผ่. (2556). **พฤติกรรม的开รับสื่อและความพึงพอใจที่มีต่อสื่อออนไลน์ของผู้ใช้บริการธุรกิจให้บริการความงาม ห้างหุ้นส่วนสามัญเกิด**. วิทยานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระเจ้าเกล้าธนบุรี.
- ศิริยุพา ดิษยะกมล. (2556). **ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้โดยสารชาวไทยในการเลือกสายการบิน เส้นทางกรุงเทพฯ – เกาะสมุย และ เกาะสมุย – กรุงเทพฯ**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ บริษัท ธีระพี ลัม และ ไชเท็ก จำกัด.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สมควร กวียะ. (2547). **การสื่อสารมวลชน : บทบาทหน้าที่ เสรีภาพ และความรับผิดชอบ**. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: โกสินทร์.

- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2551). **เคล็ดลับการตลาดบริการ**. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ยูบีซีแอลบุ๊ก.
- สิริชัย วงษ์สาธิตศาสตร์. (2549). **สื่อออนไลน์ช่องทางเลือกใหม่ของการรายงานข่าวสารสื่อมวลชนไทย**. วารสารรวมคำแหง. ปีที่ 23 ฉบับที่ 1 เลขหน้า 43 – 45.
- สุกัญญา บุรณเดชาชัย. (2552). **สถานภาพและบทบาทการสื่อสารเพื่อความเป็นพลเมืองของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในภาคตะวันออก**. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. ปีที่ 17 ฉบับที่ 28 เลขหน้า 1 – 23 พ.ศ. 2552.
- สุวสา ชัยสุรัตน์. (2537). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ: ภูมิบัณฑิตการพิมพ์.
- สุดาตวง เรืองรุจิระ. (2543). **หลักการตลาด**. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: ยงพลเทรตติ้ง.
- สุชา จันทร์เอม. (2544). **จิตวิทยาทั่วไป**. (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร. (2533). **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม**. เข้าถึงได้จาก <http://www.novabizz.com/NovaAce/Attitude.htm>. (2552, 10 เมษายน).
- เสรี วงษ์มณฑา. (2540). **การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ: A.N. การพิมพ์.
- เสถียร เขยประทับ. (2525). **การสื่อสารและการพัฒนา**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- แสงเดือน วนิชดำรงศักดิ์. (2541). **การรับรู้ภาพลักษณ์และคุณภาพบริการ : กรณีศึกษา ธนาคารเกียรตินาคิน สาขากรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- อวยชัย วัฒนา. (2555). **กลยุทธ์การพัฒนาผู้นำองค์กรชาวบ้านเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์ป่าชุมชน จังหวัดมหาสารคาม**. ปรชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนากุมิภาค, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- Atkin, Charles K. (1973). **Anticipated communication and mass media information seeking public opinion quarterly**. New York: The Free Press.
- Boulding, Kenneth E. (1975). **The Image : Knowledge in Life and Society**. Michigan: University of Michigan Press.

Etzel, Michel J.; Walker, Bruce J.; & Stanton, William J. (2007) **Marketing**. 14th ed. Boston:McGraw – Hill.

Friedson, Riley, & Flowerman. (1951). **Media exposure**. From <http://thailand.com/html/show.phs?sid=136>. (2014, August).

Jefkins, Frank. (1993). **Planned Press and Public Relations**. (3rd ed). Great Britain: Alden Press.

Klapper, J.T. (1960). **The Effects of Mass Communication**. New York: The Free Press.

Kotler, Philip. (2000). **Marketing Management** The Millennium edition. New Jersey: Prentice – Hall.

McCombs, Maxwell E.; & Becker, Lee B. (1979). **Using Mass Communication Theory**. NJ: Pearson/Prentice Hall.

Melvin L. DeFleur, Everette E. Dennis. (1998). **Understanding mass communication**. Houghton Mifflin.

Mintzberg, Henry. (1994). **The structuring of organization**. From <http://blog.thylmann.net/2003/08/23/the-structuring-of-organizations-by-henry-mintzberg/> (2007, 12 December).

Morley, Michael. (1998). **A guide to the Dynamics of International Public Relations**. Hampshire and London: Macmillan Press Ltd.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1990). **Delivery Quality Service: Balancing Customer Perception and Expectation**. New York: Free Press.

Payne Adrian. (1993). **The Essence of Services Marketing**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice – Hall.

Peter F. Drucker. (2006). **Classic Drucker**. Harvard Business School Press.

Rogers, Everett M. and F. Floyd Shoemaker. (1971). **Communication of Innovations : A Cross Cultural Approach**. New York: The Free Press.

Samuel L. Becker. (1972). **Discovering Mass Communication**. Illinois: Scott Foresman and Company Glenview.

Schramm, W. (1973). **Channels and audience**. In **Handbook of Communication**. Chicago: Ran McNally College.

Steve, Leon G. and Leslie Lazar Cook. (1995). **Opinion Regarding to the Service**. (4th ed). Englewood: Fresearch, Harvard University.