

บรรณานุกรม

- กรนิภา ไตรพิน. (2559). **อิทธิพลการสื่อสารทางการเมืองของพรรคการเมือง การมีส่วนร่วมทางการเมือง ความรู้ความเข้าใจทางการเมือง มีผลต่อการตัดสินใจทางการเมืองของสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน.** วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 ปี พ.ศ.2559.
- กรรณิการ์ สุวรรณโคตร. (2528). **บทบาทพยาบาลด้านการปรับสภาพการรับรู้ต่อภาวะเครียด.** เอกสารการสอน. (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- กรรณิการ์ เหมือนประเสริฐ. (2548). **ทัศนคติของพนักงานที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรม การปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรบริษัท คูเวต ปีโตเลียม (ประเทศไทย) จำกัด.** สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- กวี วงศ์พุด. (2539). **ภาวะผู้นำ.** กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมวิชาชีพบัญชี.
- กานดา รุณนะพงศา. (2557). **ความหมายไซเบอร์ลิเตียหมายถึง.** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.gotoknow.org/posts/567331%5B2>
- เกรียงศักดิ์ เจดีย์แปง (2551). **การพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร สำนักประชาสัมพันธ์เขต 3 กรมประชาสัมพันธ์.** การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- ชนิษฐา จิตชินะกุล. (2557). **หลักการสื่อสาร.** (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- จันทิมา แจ่มกระจ่าง. (2557). **การศึกษาพฤติกรรมการรับสื่อโฆษณาวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์.** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- จิราภรณ์ ศรีนาค. (2556). **การวิเคราะห์ประเภท รูปแบบ เนื้อหาและการใช้สื่อสังคมออนไลน์-ในประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2548). **การวางแผนและพัฒนาลาดการท่องเที่ยว.** พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉัฐมณฑน์ ตั้งกิจถาวร. (2557). **การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับข้อมูลที่ถูกแชร์ (Shared) ผ่านเฟสบุ๊ก.** สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ: วี พรินท์ (1991).

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ชนันว์ ชามทอง. (2550). *การจัดกิจกรรมส่งเสริมความสามารถด้านการสื่อสารทางวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนช่วงชั้นที่ 3*. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชูชีพ อ่อนโคกสูง. (2518). *เอกสารประกอบการสอนจิตวิทยาศึกษา*. กรุงเทพฯ: วรุฒิการพิมพ์.
- จิตติภา สัมพันธ์พร. (2556). *สร้างแบรนด์ให้ติดตลาดด้วยเฟซบุ๊ก*. กรุงเทพฯ: ดรีม แอนด์พับลิชชิง.
- ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง. (2561). *การเลือกตั้งจะเป็นอย่างไรในยุคที่ใคร ๆ ก็ทำการตลาดบนโซเชียลมีเดียได้*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <https://adaymagazine.com/social-media-election>
- ดวงทิพย์ วรพันธุ์. (2536). *พรรคการเมืองและพฤติกรรมการสื่อสาร ระหว่างการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งทั่วไป 2535*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ทองหล่อ สุวรรณการ. (2521). *จิตวิทยาการศึกษาอุบลราชธานี: หน่วยเอกสารทางการพิมพ์วิทยาลัยครูอุบลราชธานี*.
- เทพ สงวนกิตติพันธ์. (ม.ป.ป.) *เทคนิคในการนำเสนอ*. ศูนย์วิทย์พัฒนา มสธ. อุตรธานี.
- อัญญพัทธ์ เกตุประดิษฐ์ และ อธิกร ขำเดช. (2554). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตของผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานคร*. วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ.
- ธิดาใจ จันทนามศรี. (2560). *เนื้อหาและรูปแบบในการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก เพื่อสร้างการรับรู้และจดจำ บนเฟซบุ๊กแฟนเพจของ อินโฟกราฟิก ไทยแลนด์*. หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นภาพร เจตะวัฒนะ. (2547). *รูปแบบแรงจูงใจในการโฆษณากับการรับรู้คุณค่าตราสินค้า (brand equity) ในกลุ่มสาวโสด*. วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นันทนา นันทวโรภาส. (2557) *สื่อสารการเมืองทฤษฎีและการประยุกต์ใช้*. (พิมพ์ครั้งที่1). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แมสมิเดีย.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- นันทนา นันทวโรภาส. (2554). *การสื่อสารทางการเมือง : ศึกษากรณีการณรงค์หาเสียงเลือกตั้งทั่วไปของพรรคไทยรักไทย*. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน.
- ประมะ สตะเวทิน. (2533). *การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พรพจน์ เวียงสุรินทร์. (2554). *สื่อสังคมออนไลน์กับการสร้างความผูกพันของกลุ่มผู้มีแนวโน้มเป็น Talent กรณีศึกษา: บริษัทบัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต บริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิศมัย เสรีขจรกิจเจริญ. (2536). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการตัดสินใจของหัวหน้าสถานีนอมาลัย*. มหาวิทยาลัยมหิดลกรุงเทพฯ.
- พิศมัย หาญมงคลพิพัฒน์. (2556). *พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตหลักสูตรเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตกำแพงแสน*. การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติ 2558 หน้า. 1490. หาดใหญ่: มหาวิทยาลัยมหาดใหญ่
- พิชิต วิจิตรบุญรักษ์. (2554). *สื่อสังคมออนไลน์: สื่อแห่งอนาคต*. วารสารนักบริหาร.
- ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2553). *การตลาดแนวใหม่ผ่าน social media*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- มาร์ควอดส์, ไมเคิล เจ. (2549). *การพัฒนาองค์การแห่งการเรียนรู้(บดินทร์ วิจารณ์, แปล)*. กรุงเทพฯ: ธรรมมลการพิมพ์.
- เมธิยา ญาณจินดา. (2557). *การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งผ่านสื่อสังคมออนไลน์กับทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- รุจิเรข ศรีแสนสุข. (2561). *การศึกษาถึงสื่อโซเชียลมีเดียที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา : รถยนต์นั่งยี่ห้อโตโยต้า*. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วพันธุ์ทิพา อัครธีรน้อย. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดนครนายก*. สาขาสื่อสารการเมือง มหาวิทยาลัยเกริก

บรรณานุกรม (ต่อ)

- วัลลภ ลำพาย. (2551). *แนวคิดและกระบวนการสื่อสารทางการเมือง*. กรุงเทพฯ: เอกสารประกอบสอนหน่วยที่ 3 การสื่อสารทางการเมือง สาขารัฐศาสตร์มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมมาธิราช.
- วัชรีย์ ทรัพย์มี. (2531). *การแนะแนวในโรงเรียน*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิชย์.
- วิชัย โถสุวรรณจินดา. (2535). *ความลับขององค์การพฤติกรรมองค์การสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: หจก.ภาพพิมพ์.
- วิไลพร สุตน์ไชยนนท์. (2556). *ความหมายของประชากรศาสตร์*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.dentistry.kku.ac.th>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศิริพงษ์ ทองจันทร์. (2561)" *พฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อออนไลน์ของประชาชนในจังหวัดมหาสารคาม*. วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 เดือน กรกฎาคม-ธันวาคม พ.ศ. 2561.
- ศิวะพร ปัญจมาลา. (2538). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของประชาชน : ศึกษากรณีการเลือกตั้งซ่อมสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดนครพนม เขต 1 พ.ศ. 2537*. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริโสภาคย์ นูรพาเดชะ. (2529). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมชาย วุฒิมลิวทยา. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลนครนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี : ศึกษาในห้วงเวลา ปี 2558*. หลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารการเมือง วิทยาลัยสื่อสารการเมือง มหาวิทยาลัยเกริก.
- สมยศ นาวิกการ. (2536). *การบริหาร (Management)*. กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า.
- สมิต สัจฉกร. (2551). *การประเมินผลการปฏิบัติงาน การประเมินโดยใช้ Competency*. พิมพ์ครั้งที่ 14.กรุงเทพมหานคร: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- สันทัด เสริมศรี. (2539). *ประชากรศาสตร์ทางสังคม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สาธินัย แซ่ซิ่น. (2559). *พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางสื่อออนไลน์ (สื่ออินเทอร์เน็ต) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนครเทพ.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สุธรรม รัตนโชติ. (2553). *ศึกษาการรับรู้และทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการเข้าใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน TPIPL กรุงเทพมหานคร*. สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุภาภรณ์ ดิ่งอินทร์. (2553). *กลยุทธ์การสื่อสารของสมาชิกวุฒิสภา (ส.ว.) ที่เคยดำรงตำแหน่งกำนัน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุโท เจริญสุข. (2520). *สังเขปจิตวิทยาเบื้องต้น*. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.
- สุภัทรา เสงวนิชย์ (2541). *การรับรู้ภาวะวิกฤตเศรษฐกิจในช่วง พ.ศ.2540-2541 และพฤติกรรมการประหยัดของบิดา มารดา และบุตรวัยรุ่น*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒน์ ประสานมิตร.
- เสนาะ ดิยาวี. (2538). *การสื่อสารในองค์การ*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เสาวนีย์ ศิริพจนานนท์. (2544). *การตัดสินใจของประชาชนในการเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร:ศึกษากรณีเขตเลือกตั้งที่ 1 จังหวัดสุโขทัย*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาสังคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- แสงเดือน ผ่องพุด. (2556). *สื่อสังคมออนไลน์: แนวทางการนำ มาประยุกต์ใช้. (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก http://library.senate.go.th/document/Ext6685/6685991_0004.PDF*
- อนันต์ เกตุวงศ์. (2534). *หลักและเทคนิคการวางแผน*. พิมพ์ลักษณ์, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อนุรุทธิ์ คุ้มคาสัย. (2556). *การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งผ่านสื่อใหม่ ของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2556*. หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สื่อสารการเมือง วิทยาลัยสื่อสารการเมือง มหาวิทยาลัยเกริก.
- อรอำไพ ศรีวิชัย. (2555). *การสร้างชุดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมทักษะการสื่อสารทางคณิตศาสตร์ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนบ้านเวียงฝาง*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2545). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- อานนท์ ศักดิ์วีระวิทย์. (2561). *โซเชียลมีเดีย สมรรถุมิการเมืองแห่งใหม่*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.posttoday.com/politic/report/571968>
- Agree, W. K., Ault P. H., & Emery, E. (1976). *Introduction to mass communication*. New York, NY: Harper & Row. p. 4, อ้างถึงใน เฟิ่งอ้าง. น. 15
- Almond, G.A., & Coleman, J.S. (1960). *The Politics of the Developing Area*. Princeton: Princeton University Press.
- Atkin, Charles k. (1973). *Anticipated communication and mass media information seeking public opinion quarterly*. New York : Free Press. Burgon.
- Barnard, C.I., (1983). *Functions of an Executive*. MA.Harvard University Press. 168-169.
- Berelson, Bernard and Gary A. Steiner. (1964). *Human Behavior : Shorter Edition*. New York: Harcourt, Brace & World.
- Chaffee, (1975). *แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารทางการเมือง*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://mgronline.com/south/detail/9600000015392>
- Daniels, T.D., and Spiker. (1994) *Perspectives on organizational communication (3rd ed.)*. Dubuque, IA: William C. Brown.
- David K. Berlo. (1960). *The Process of Communication*. New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- DeFleur, Melvin. (1996). *Theories of Mass Communication*. New York: A Liberal art Perspective, Boston: Houghton Mifflin.
- Gibson, James L., Ivancevich, John M. and Donnelly, James H., Jr. (1997). *Organizations, Behavior Structure Processes*. International Edition. United States of America : Irwin/McGraw-Hill.
- Guralnik, David B. (1986). *Webster's New World Dictionary of America Language*. Second Edition. Cleveland, Ohio : Prentice-Hall Press.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Harnack, Victor R.; & Fest, Thorrell. (1964). *Group Discussion*. New York: Appleton-Century-Crofts.
- Huse, Edgar F & Cummings, Thomas G.(1985). *Organization Development and Change*. New York : West Publishing Company.
- Kotler, Philip; & Kevin Lane Keller. (2009). *Marketing Management*. 13th ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Lillegger, Darren G. (2006). *Key Concept in Political Communication*. London: Sage Publication.
- Marketingoops. (2562). **สำรวจ Insight การใช้งานดิจิทัลทั่วโลก 2019 คนไทยใช้เน็ต 9 ชั่วโมงต่อวัน-มือถือมี 99 แอปฯ** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:
<https://www.marketingoops.com/reports/global-and-thailand-digital-trend-2019>
- Marina Bagic Babac. (2018). *What social media activities reveal about election results? The use of Facebook during the 2015 general election campaign in Croatia*. University of Zagreb · Faculty of Electrical Engineering and Computing (FER).
- McCroskey, J.C., & Richmond, V.P. (1996). *Fundamentals of human communication: An interpersonal perspective*. Prospect Heights, IL: Waveland Press.
- McNair, (1995). *Brian. An Introduction to Political Communication*. London: Routledge.
- Michael J. Marquardt, (2006). *Building the learning organization : mastering the 5 elements for corporate learning*.
- Moody, (1983). *Decision Making: Provan Methods for Better Decision*. Singapore: McGraw-Hill Book Company.
- Nazim Sha S. (2018). *Influence of Social Media on Political Decision Making Among the Youth's in India* - International Journal of Engineering & Technology(UAE). Hindustan University | Hindustan University.
- Rush, M., & Althoff, P. (1971). *An Introduction to Political Sociology*. London: Thomas Nelson and Sons.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Schramm, W. (1971). *How communication work's In D.C. Mortensen (Ed.). Basic reading in communication theory (pp. 28-36)*. New York: Harper and Row.
- Simon, Herbert A. (1960). *Administrative Behavior*. New York : The McMillen Company.
- Stefan Stieglitz. (2014). *Social Media and Political Communication - A Social Media Analytics Framework*. University of Duisburg-Essen.
- Warren K. Agree. *Phillip H. Althoff and Edwin Emery*. Introduction to Mass Communication. New York : Harper & Row, 1976.