

## บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

- กมลทิพย์ พ่วงเป็ย. (2553). *ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมที่มีส่วนร่วมในการลดภาวะโลกร้อนของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กมลรัตน์ หล้าสูงษ์. (2527). *จิตวิทยาสังคม*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการแนะแนวและจิตวิทยาการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กิติวัฒน์ รัชพันธ์. (2556). *กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครนครปฐม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ขนิษฐา เบญจาทิกุล. (2535). *ทัศนคติ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการสารคดี: ศึกษาเฉพาะรายการหนึ่งในร้อย*. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จอย ทองกล่อมสี. (2550). *กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การรับรู้ข่าวสาร และภาพลักษณ์ของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์, คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จุมพล รอดคำดี. (2532). *สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัญญชิตา คำมินเสก. (2553). *การรับรู้สื่อรณรงค์ Quit Line 1600 สายเลิกบุหรี่และความคิดเห็นของข้าราชการทหาร กองบัญชาการกองทัพไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ชุติมา จริเกษม. (2553). *ภาพลักษณ์และประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ของบริษัท ปตท. เคมีคอล จำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์, คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณันท์ สินธุศิริ. (2553). *ภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ขยายจากตราสินค้าของบริษัท สิงห์ คอร์เปอเรชั่น จำกัด*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์, คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- ณฤดี จินตวิโรจน์. (2558). *ประกาศสำนักทะเบียนกลางเปิดเผยจำนวนประชากรไทย 77 จังหวัด* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.isranews.org/isranews-scoop/item/36908> [2560 30 มกราคม].
- ณัฐวุฒิ สง่างาม. (2554). *การสร้างแบรนด์ด้วยการตลาดสีเขียวของกระดาศไอเดีย กรีน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ดวงเดือน พันธุมนาวิน. (2523). *ธรรมชาติของทัศนคติกับการวัดทัศนคติ เอกสารการวิจัยขั้นสูงทางพฤติกรรมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ครองจิต รุ่งหิรัญ. (2546). *พฤติกรรมการรับฟัง การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และความบันเทิง และความคิดเห็นของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการวิทยุประเภทสาระบันเทิง คลื่นความถี่ เอฟ.เอ็ม. 88.0 เมกะเฮิร์ต*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ไทยอโต้ไทร์ส. (2560). *อัตราการเติบโตตลาดรถยนต์ไทยปี 2016* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.thaiautopress.com/archives/18004>[2560, 15 มีนาคม].
- ธนภัทร สังข์แสง. (2560). *ฮอนด้าครองอันดับหนึ่งตลาดรถยนต์นั่ง 2 ปีซ้อน* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://car.boxzaracing.com/news/16947>[2560, 15 มีนาคม].
- นภาพร เจตะวัฒนะ. (2547). *รูปแบบหัวใจในการโฆษณากับการรับรู้คุณค่าตราสินค้าในกลุ่มสาวโสด*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นวลศิริ เปาโรหิตย์. (2535). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นิสากร โลกสุทธิ. (2551). *กลยุทธ์การใช้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท สิงห์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์, คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เนตรนภา เรศสุข. (2557). *ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารและทัศนคติ กับภาพลักษณ์ที่มีต่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของผู้ใช้บริการในเขตจังหวัดชลบุรี*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- บุศวรรณ นาคคู่สุข. (2552). *ภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมของ  
สถานีโทรทัศน์ในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์, คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประมะ สตะเทวิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2552). *ทัศนคติการวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย*.  
กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ปรีชา ศรีศักดิ์หิรัญ. (2554). *พฤติกรรมผู้บริโภคและการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ  
หน่วยที่ 1*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ปวีณา สีนขาว. (2556). *ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของบริษัท  
ไทยน้ำทิพย์ จำกัด จังหวัดปทุมธานี*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการตลาด, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ปิยะนันท์ บุญณะโยไทย. (2556). *การรับรู้และทัศนคติของผู้บริโภคต่อสื่อกิจกรรมการพัฒนา  
อย่างยั่งยืนของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท  
ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์สื่อสารการตลาด, คณะนิเทศศาสตร์  
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- พจน์ ใจชาญสุขกิจ. (2548). *CEO PR & Image ยุทธวิธีการสร้างภาพลักษณ์ผู้บริหารด้วยการ  
จัดการสื่อสารและประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: ฐานมีเดียเน็ตเวิร์ค.
- พรทิพย์ พิมลสินธุ์. (2540). *ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์*  
(พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ประกายพริก.
- พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร. (2537). *ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์*  
(พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: เจริญผล.
- พรพิมล วรวุฒิปุทธิพงศ์. (2527). *ทัศนคติและการเปลี่ยนทัศนคติในจิตวิทยาสังคมร่วมสมัย*.  
กรุงเทพฯ: สยามศึกษา.
- พัชนี เขยจรรยา, เมตตา วิวัฒนากุล และ ถิรนันท์ อนวัชศิริวงศ์. (2543). *ทฤษฎีแม่แบบทาง  
นิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์. (2553). *CSR*. กรุงเทพฯ: สถาบันไทยพัฒนา.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- พุทธิ ผาสุข. (2558). *ฮอนด้ารับรางวัล Thailand Top Company Awards 2015* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.thairath.co.th/content/495519> [2560 26 มกราคม].
- ไพชยนต์ สุภรานนท์. (2557). *ภาพลักษณ์องค์กรจากการรับรู้ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จากการดำเนินโครงการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของ บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, วิทยาลัยการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- มนัสพงศ์ พัฒนวิบูลย์. (2553). *การรับรู้ข่าวสารและทัศนคติของประชาชนผู้รับบริการเกี่ยวกับ ภาพลักษณ์ในการให้บริการของธนาคารสินเอเชีย จำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- มินทร์ฐิตา จิราธรรมวัฒน์. (2553). *การรับรู้และทัศนคติที่ประชาชนมีต่อภาพลักษณ์ด้านความ รับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- แม่นมาศ ชวลิต. (2542). *สารนิเทศและสารนิเทศศาสตร์ ในเอกสารการสอนชุดวิชาสารนิเทศ ศาสตร์เบื้องต้น หน่วยที่ 1-7*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- รัฐศิลป์ รัตนกัญเกียรติ. (2559). *กิจกรรมเพื่อสังคมของฮอนด้า* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.autodeft.com/deftgo/honda-csr-2016> [2560, 31 ตุลาคม].
- ฤทัยรัช จันทร์เพ็ญ. (2560). *จับตาค้าวต่อไป “ฮอนด้า” จากวิชั่นแม่ทัพใหญ่* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.thairath.co.th/content/541348> [2560, 11 ตุลาคม].
- ลลิตทิพย์ พัฒนสาร. (2555). *กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจกับการรับรู้ เกี่ยวกับองค์กรและตราสินค้าของผู้บริโภค*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์, คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- วรทัย ราวินิจ. (2549). *ประสิทธิผลของการใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมในการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์, คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรรณิสา คงกะทรัพย์. (2555). *การรับรู้และทัศนคติของประชาชนที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงไฟฟ้าพระนครใต้ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วรรษญา สุพลเสรษฐ์. (2552). *การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุคลื่น 95.5 เวอร์จิ้นฮิตซ์ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วิมลพรรณ ตั้งจิตเพิ่มพูน. (2543). *การประชาสัมพันธ์ : การประชาสัมพันธ์ของรัฐและธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: พิสิกส์เซ็นเตอร์.
- วิมลพรรณ อาภาเวท. (2553). *หลักการโฆษณาและประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- วิรัช สกัรตันกุล. (2553). *การประชาสัมพันธ์ ฉบับสมบูรณ์* (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิเลิศ ภูริวัชร. (2553). *ระดับความจงรักภักดี*. กรุงเทพฯ: กรุงเทพธุรกิจ (Bizweek).
- ศักดิ์ สุนทรเสณี. (2531). *เจตคติ*. กรุงเทพฯ: รุ่งวัฒนา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2550). *การจัดการและพฤติกรรมองค์การ*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สถาบันไทยพัฒน์. (2559). *ไทยพัฒน์ ทางแผนกที่ 6 ทิศ ผลักดันธุรกิจเพื่อสังคม-ชุมชน* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: [http://www.thaipat.org/2016/02/tsbi\\_19.html](http://www.thaipat.org/2016/02/tsbi_19.html) [2560, 28 ตุลาคม].
- สมควร กวียะ. (2547). *การประชาสัมพันธ์ใหม่*. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.
- สมภพ สุขกกลัด. (2543). *การรับรู้ของข้าราชการครูจังหวัดกาญจนบุรี ที่มีต่อพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *กลยุทธ์การตลาด การวางแผนการตลาด*. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- \_\_\_\_\_. (2546). *หลักการโฆษณา*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- อภิชาต พุกสวัสดิ์. (2556). *การประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรวดี น้อยแก่นชู. (2558). *ทัศนคติ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ในเขตจังหวัดชลบุรีที่มีต่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.
- อรรธรณ ปิลันธน์โอวาท. (2537). *การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ (พิมพ์ครั้งที่ 1)*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อังกราวดี อวนอ่อน. (2550). *การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท รอยนต์*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์, คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุจิก โปธิศรี. (2557). *การรับรู้ ทัศนคติและการเข้าร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและประชาชนในเขตอุตสาหกรรมจังหวัดระยอง*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.
- ฮอนด้า. (2560). *ประวัติความเป็นมา* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: [https://www.honda.co.th/th/abouthonda\[2560, 17 พฤษภาคม\]](https://www.honda.co.th/th/abouthonda[2560, 17 พฤษภาคม]).
- ฮอนด้าซีเอชอาร์ไทยแลนด์. (2560). *โครงการการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: [http://www.hondacrthailand.com/#environment\[2560, 20 เมษายน\]](http://www.hondacrthailand.com/#environment[2560, 20 เมษายน]).
- Assael, H. (1998). *Consumer behavior and marketing action*. Ohio: SouthWestern.
- Bartz, A E. (1999). *Basic Statistical Concepts* (4th ed.). New Jersey: Prentice - Hall.
- Boulding, Kenneth E. (1975). *The image: knowledge in life and society*. Michigan, MI: The University of Michigan.
- Bowen, H. (1953). *Social Responsibility of the Businessmen*. New York: Harper & Row.
- Carrigan, M., & Attalla, A. (2001). The myth of the ethical consumer-do ethics matter in purchase behavior. *Journal of Consumer Marketing*, 18(7), pp. 560-578.

### บรรณานุกรม (ต่อ)

- Carroll, A B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society*, 38, pp. 268-295.
- Clark, D. (2000). U.K. physicians attitudes toward active voluntary euthanasia and physician assisted suicide. *Abstract retrieved from Pub Med database Death Studies*, 26(6), pp. 363-380.
- Collins, J C., & Porras, J. (1994). *Built to Last: Successful Habits of Visionary Companies*. New York: Harper Business Books.
- Cornwell, T B., & Maignan, I. (1998). An international review of sponsorship. *Journal of Advertising*, 27(1), pp. 1-21.
- Daley, Raymond Roger. (1978). A study of Rerationships between Environment and Student Achievement. *Dissertation Abstracts International*, 43(1), pp. 208.
- Ederle, G., & Travis, H. (1998). *Causer of delinquency*. Barkeley: University of California Press.
- Fisher, R., McPhail, R., & Menghetti, G. (2010). Linking employee attitudes and behaviors with business performance: A comparative analysis of hotels in Mexico and china. *International Journal of Hospitality Management*, 29, pp. 379-404.
- Foster, C R. (1952). *Psychology for Life Adjustment*. Chicago: American Technical Society.
- Franklin, B A. (2008). Effect of comprehensive therapeutic lifestyle changes on prehypertension. *American Journal of Ccardiology*, 102(12). p.3.
- Friedman, M. (1970). *The social responsibility of business is to increase its profits*. New York: Time Magazine.
- Goyder, George. (1961). *Social Behavior : Its Elementary Forms*. New York: Harcount Brace and World Moreman.
- Jefkin, Frank. (1993). *Planned Press and Public Relations* (3rd ed.). Great Britain: Alden Press.
- Katz, Daniel L. (1978). *The Social Psychology of Organizations* (2nd ed.). New York: John Wiley.



## บรรณานุกรม (ต่อ)

- Kotler, P., & Armstrong, G. (1991). *Principle of marketing*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Kotler, P., & Lee, N. (2005). *CSR: Corporate Social Responsibility Doing the Most Good For Your Cause*. Hoboken, NJ.: Wiley.
- Kreps, Theodore J. (1940). *Corporate Culture and Economic Theory*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Levitt, T. (1958). The Dangers of Social Responsibility. *Harvard Business Review*, 36(5). pp. 41-50.
- McWilliams, A., & Siegal, D. (2001). Corporate Social Responsibility; A Theory of the Firm Perspective. *Academy of Management Review*, 26(1), pp. 117-127
- Meaghan, Morris. (1998). *Too Soon, Too Late: History in Popular Culture*. Bloomington: Indiana University Press.
- Mitten, Dirk., & Moon, Jerry. (2004). *Implicit and Exclitic CSR : A Conceptual Framework for a Companative Understanding of Corporate Social Responsibility*. Nottingham: University Business School(NUBS).
- Newcomb, Theodore M. (1854). *Attitude* (Online). Available: <http://www.novabizz.Ace/>. [2017, May 1].
- \_\_\_\_\_ (1943). *Personality and social change: attitude formation in a student community*. New York: Rinehart and Winston.
- Porter, Michael E., & Kramer, M R. (2006). Strategy & Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), pp.42-56.
- Robinson, Claude., & Barlow, Walter. (1959). *"Image."* *Public Relation Journal*. England: Cambridge University Press.
- Rokeach, Milton. (1970). *Beliefs, Attitudes and Values*. San Francisco: Jossey Basso, Inc.
- Schiffman, Leon G., & Kanuk, Leslie Lazar. (2007). *Consumer Behavior* (9th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Shaw, M. E., & Wright, J. N. (1967). *Scale for the Measurement of Attitudes*. New York: McGraw-Hill.

**บรรณานุกรม (ต่อ)**

- Waldman, D., Sully de Luque, M., Washburn, M., & House, R. (2006). *Charismatic theory of leadership : An empirical test of CEO's*. Carbondale, IL: Southern Illinois University Press.
- Yamane. (1967). *Taro Statistic : An Introductory Analysis*. New York: Harper & row.
- Zimbardo., & Leippe. (1991). *Psychology of attitude changes ans social influence*. New York: McGraw-Hill.
- Zimbardo, Philip G., Ebberson, Ebbe B., & Maslach, Christina. (1977). *Influencing Attitude and Changing Behavior*. London: Addison Wesley Publishing.