

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค.(2557).รายงานประจำปี. กรุงเทพฯ: การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. (2557).แผนพัฒนาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ปี 2557-2560

(ฉบับทบทวน). สำนักงานจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด

จิราพัชร อัครฤทธิพรหม. (2555). การศึกษาทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อภาพลักษณ์การบริการ สะดวกชีวิตสบาย (KTB Convenience) ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเมืองปทุมธานี. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

จริญพร หาญพยัคฆ์. (2554). ภาพลักษณ์และความพึงพอใจในการใช้บริการร้านค้า บริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์การตลาด, คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

พงศธร พึ่งเนตร์. (2557). ภาพลักษณ์การบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดกรุงเทพมหานคร 2557. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

แสงเดือน วณิชดำรงศักดิ์. (2555). การรับรู้ภาพลักษณ์และคุณภาพบริการ : กรณีศึกษา ธนาคารเกียรตินาคิน สาขากรุงเทพมหานครและปริมณฑล. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

เสรี วงษ์มณฑา. (2547). **ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด**. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.

. **การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ : เอ. เอ็น. การพิมพ์, 2540

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช.

อริสราลักษณ์ จุณฺญสุขพิมล. (2556). **พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจที่มีต่อศูนย์บริการลูกค้า ของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)**. นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร, คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

อภิศักดิ์ ชุ่มจันสา, พัชรภรณ์ ลันศรี. (2553). **ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนครในทัศนะของผู้บริหารสถานศึกษาและอาจารย์แนะแนวในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน**. สถาบันวิจัยและพัฒนาวิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

## ออนไลน์

กลุ่มบริหารทั่วไป. (2556). **Service Mind**. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก

<https://kmops.moph.go.th/index.php/km-test/2012-12-30-04-59-27/178-mattaree-chubanjong>

(2559, 1 มกราคม). **การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค**. (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก

<https://th.wikipedia.org/wiki/การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค>

กองสื่อสารองค์กร ฝ่ายประชาสัมพันธ์ PEA. (2557). **PEA SHOP ในห้างทั่วประเทศ**. (ออนไลน์)

เข้าถึงได้จาก

<https://www.facebook.com/media/set/?set=a.832513626778112.1073741938.178690235493791&type=3>

เทพศักดิ์ บุณยรัตพันธุ์. One-Stop Service. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก  
[www.drmanage.com/index.php?lay=show&ca=article&Id=538643951](http://www.drmanage.com/index.php?lay=show&ca=article&Id=538643951)

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. สถิติผู้ใช้ไฟฟ้า และการจำหน่ายพลังงานไฟฟ้า. (ออนไลน์) เข้าถึงได้  
 จาก <https://service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries18.html>

## ภาษาอังกฤษ

Alderfer, C.P. (1972). *Existence Relatedness and Growth*. New York : Free Press.

Beat,J.W. (1981). *Research in Education*. New Jersey : Prentice-Hall.

Cronin, J.J. and Taylor, S.A. (1992). "Measuring Service Quality: A Re-examination and Extension." *Journal of Marketing* 56(7), pp.55-68

Cronin, and Taylor, 1992; Oliver, 1993; Ziethaml, Parasuraman, and Berry, 1988)

DeFleur, M. L., & Ball-Rokeach, S.J. (1996). *Theories of mass communication*. London:  
 Longman.

Dominick, Joseph R. *The Dynamics of Mass Communication*. New York: McGraw-Hill,1990.

Engel, James F Kollat, David T. Blackwell, Roger D. (1968). *Consumer Behavior*.  
 New York : Holt, Rinehart and Winston, Inc.

Hinshaw, A.S. and J.R. Atwood., *A Patient satisfaction instrument : Precision try  
 Replication*. *Nursing Research*, 1982

- Hanna, N. & Wozniak, R. 2001 Consumer behavior : An applied approach, Upper Saddle River, NJ:Prentice Hall.
- Hunt, Todd, and Ruben, Brent D. Mass Communication: Producer and Consumers. New York: Harper College Publishers, 1993.
- Kotler,Phillip. and Armstrong, Gary. Principle of Marketing. (8<sup>th</sup> ed.) Prentice-hall, Inc., 1999
- Kotler , Philip.(1997). Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control.9<sup>th</sup> ed. New Jersey : A Simon & Schuster company.
- Kotler, Phillp. (2003). Marketing Management. 11<sup>th</sup> ed. Upper Sanddle River, New Jersey : Prentice Hall
- Kanuk Leslie Lazar, and Sohiffman Leon.2003 Consumer Behavior,S.J.(1996). Theories of Mass communication. London : Longman.
- Klapper,J.T. (1960). The effects of mass communication. New York: The Free Press.
- Morse, N.C. (1958). Satisfacion in the White Collar Job. Ann Arbor : University of Michigan.
- Maslow , Abraham M. 1954. Motivation and Personality. New York : Harper and Row.
- Michael Hammer & James Champy. Reengineering the Corporation : a manifesto for business revolution. New York : Haroer Business, 1993
- Maxwell E. McCombs, Lee B. Becker. (1979). Using Mass Communication Theory New York: Prentice Hall.

- Oliver, P.E. (1993). Formal model of collective action. *Annual Review of Sociology*, 19,271-300.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (1987). *Consumer behavior* (3<sup>rd</sup> ed.) New Jersey :Prentice Hall.
- Solomon, M.R. (2002). *Consumer behavior : Buying, having, and being* (5<sup>th</sup> ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-hall
- Shelly,Maynard W.(1975). *Responding to Social Change*. Pennsylvania : dowden Huntchisam Press. Inc.
- Wolman, B.B. (1973). *Dictionary of Behavioral Science*. London: Litton Educational.
- Yamane,Taro. (1967). *Statistics : An introductory analysis*. New York : Harper and Row.