

## บรรณานุกรม

- กฤษณ์ท แสันทวี. (2553). พฤติกรรมการเปิดรับและระดับความรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- กฤษณ์นนต์ วัฒนารณรงค์. (2554). นวัตกรรมและเทคโนโลยีเทคนิคศึกษา. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- กรมการขนส่งทางบก. (2559). สถิติจำนวนรถจักรยานยนต์. กรุงเทพฯ : กรมขนส่งทางบก.
- กิติมา สุรสนธิ. (2541). ความรู้ทางการสื่อสาร. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดธนาคารพิมพ์.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2549). การบริหารการตลาด (Marketing Management). กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชรีณี เดชจินดา. (2530). ความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อศูนย์บริหารอุตสาหกรรมแขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- \_\_\_\_\_. (2535). ทฤษฎีการแสวงหาความพึงพอใจไว้ว่าบุคคลพอใจจะกระทำการสิ่งใด ๆ ที่ให้มีความสุขและจะหลีกเลี่ยงไม่กระทำในสิ่งที่เขาจะได้รับความทุกข์หรือความยากลำบาก. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- ชวลิต ปานมาก. (2548). ทัศนคติของประชาชนต่อบทบาทของสมาชิกสภาเทศบาลในการพัฒนาท้องถิ่น ศึกษาเฉพาะกรณี ตำบลบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย . (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .
- ณัฐกฤตา ลิมานนท์ดำรง. (2553). พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). อดรรธานี : มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- ถวัลย์รัฐ วรเทพพุดมพิงษ์. (2540). การกำหนดและการวิเคราะห์นโยบายสาธารณะ : ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้. กรุงเทพฯ : เสมาธรรม.
- ทิพย์วัลย์ สีจันทร์. (2546). การบริหารการศึกษาสมัยใหม่. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ธนพร แดงขาว. (2541). พฤติกรรมการบริโภคสินค้าของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. ภาคนิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. (พิมพ์ครั้งที่ 15). กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนสามัญบิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- นภดล ชาติประเสริฐ. (2540). การศึกษาการเปิดรับและการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยของนักศึกษาไทยในประเทศญี่ปุ่น. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- แบรนด์อินไซด์ (Brandinside ธุรกิจใหม่). (2560). ออนไลน์ เข้าถึงได้จาก <https://brandinside.asia/survey-internet-thailand-user-2559/>. สืบค้นเมื่อ วันที่ 1 เมษายน 2560.
- นิลาวัฒน์ พาณิชย์รุ่งเรือง. (2540). ความน่าเชื่อถือและความพึงพอใจของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำทางโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่อง (3, 5, 7, 9, 11). วิทยานิพนธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน .มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประมะ สตะเวทิน. (2546). หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- พิน คงพูน. (2529). ความพึงพอใจต่อบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการการประถมศึกษาจังหวัด 14 จังหวัดภาคใต้. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต. สงขลา : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สงขลา.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2538). เอกสารการสอนชุดหลักและทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์บริษัทประชาชนจำกัด.
- มูลนิธิสื่อเพื่อการศึกษาของชุมชน. (2554). สื่อออนไลน์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ Prachatai bookclub.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยุพา สุภากุล. (2534). การสื่อสารมวลชน. เชียงใหม่ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- วีรวรรณ แซ่จ้าว. (2557). อิทธิพลของทัศนคติและความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตที่ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยว. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วัชรภรณ์ จันทร์สุวรรณ. (2555). ความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ต. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศิริพร สุขไสย. (2556). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจที่มีต่อสื่อออนไลน์ของผู้ใช้บริการธุรกิจให้บริการความงาม ห้างหุ้นส่วนสามัญทิงเกิล. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- \_\_\_\_\_. (2541). การบริหารเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2550). การจัดการและพฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศิรินทร์ ชิ่งสุนทร. (2542). การเปิดรับ ทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อของกลุ่มวัยทำงานตอนต้นที่มีต่อการตลาดทางตรง. กรุงเทพฯ : ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ไทย.
- ศิริวัช จันทนาสุภาภรณ์. (2554). ทัศนคติที่มีต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ : กรณีศึกษา นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศุภกานต์ โพธิ์ทอง. (2554). พฤติกรรมการเปิดรับสารในสื่อออนไลน์กับการตัดสินใจซื้ออัญมณีและเครื่องประดับ กรณีศึกษา [www.expertgems.com](http://www.expertgems.com) ในกลุ่มสภาพสตรีที่ทำงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาด. พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สถาพร สุดเสนาะ. (2544). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริหารของสำนักทะเบียนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี. ภาคนิพนธ์ คณะพัฒนาสังคม. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนาบริหารศาสตร์.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- สลิตตา สาริบุตร. (2555). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : บริษัท ทริปเปิ้ล เอ็ดดูเคชั่น จำกัด.
- สิริกานต์ ระบือธรรม. (2553). **เทคโนโลยีการสื่อสาร : สื่อออนไลน์ในสังคมปัจจุบัน**. สืบค้น  
จาก : <http://sirikan2rabuetham.blogspot.com/>.
- สิริชัย วงษ์สาริตศาสตร์. (2549). **สื่อออนไลน์ ช่องทางใหม่ในการรายงานข่าวของ  
สื่อมวลชนไทย**. วารสารรามคำแหง ปีที่ 23. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุพรรณ อินทร์แก้ว. (2555). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : บริษัท ทริปเปิ้ล เอ็ดดูเคชั่น จำกัด.
- สุรศักดิ์ ปาเฮ. (2554). **สื่อและเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : หจก.แพร์  
ไทยอุตสาหกรรมการพิมพ์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). **กลยุทธ์การตลาด การวางแผนการตลาด**. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและ  
ไซเท็กซ์.
- สัจจวัฒน์ จารีกสิลปะ. (2556). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออุปกรณ์  
กีฬาผ่านสื่อออนไลน์**. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- อรวรรณ ลลิตแจ่มเลิศ. (2557). **การศึกษาทัศนคติและค่านิยมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือก  
ซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ มหานคร**. บริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). **กลยุทธ์การตลาด**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2545). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ :  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Assael, H. (1998). **Consumer Behavior and Marketing Action**. 6<sup>th</sup> ed. OH: South-  
Western Collage Publishing.
- Engel, James F., Blackwell, Roger D. and Miniard, Paul W. (1993). **Consumer Behavior**.  
7<sup>th</sup> ed. Fort Worth : The Dryden Press.
- Joosten, T. (2012). **Social media for educators: Strategies and best practices**. San  
Francisco : Jossey-Bass.
- Klapper, J. T. (1960). **The Effects of Communication**. New York: Free Press.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- Kommers, P. (2011). **Social media for learning by means of ICT**. Retrieved from <http://www.iite.unesco.org/pics/publications/en/foles/3214685.pdf>.
- Kotler, P. (2000). **Marketing management: Analyzing consumer marketing and Buyer behavior (The Millennium)**. New Jersey: Prentice Hall.
- McCombs, M. E. and Becker, L. E. (1979). **Using mass communication theory**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Schiffman, G.L. and Kanuk, L.L. (1987). **Consumer Behavior**. (3<sup>rd</sup> ed). Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall.
- Schramm Wilbur. (1973). **Channels and audiences**. In Handbook of communication. Chicago : Rand McNally College Publishing.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). **Consumer behavior**. (5<sup>th</sup> ed.). Englewood Cliffs, N. J. : Prentice-Hall.
- Shelly, M.W. (1975). **Responding to Change**. Pennsylvania : Downen Hutchinson & Rose, Inc.
- The Social media Advisory Group. Victoria University. (2012). **Using Social Media for Learning and Teaching**. [online]. Retrieved December 12, 2013, from [http://www.tls.vu.edu.au/portal/site/technology/resources/social20%media/Using\\_social\\_me\\_dia\\_for\\_learning\\_and\\_teaching\\_Staff\\_Guide.pdf](http://www.tls.vu.edu.au/portal/site/technology/resources/social20%media/Using_social_me_dia_for_learning_and_teaching_Staff_Guide.pdf)
- Wenner, Lawrence A. (1985). **The Nature of News Gratifications**. In Media Gratification Research : Current Perspective. Beverly. Calif : Sagra Publications.
- Wolman, B. B. (1973). **Dictionary of behavioral science**. (1<sup>st</sup> ed.). New York : Van Norstrand.
- Yamane, T. (1973). **Statistics an introduction analysis** . New York: Harper & Row