

บรรณานุกรม

- กนกกาญจน์ ศรีสุรินทร์, กนิษฐา คุณมี และศุภชัย จันทร์งาม. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสาขาวิชาวิศวกรรมอุตสาหการมหาวิทยาลัยราชธานี (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://eng.rtu.ac.th/files/r12.pdf> (2560, 20 มกราคม)
- กมลพร กัลยาณมิตร. (2552). ทฤษฎีรัฐประศาสนศาสตร์. มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี. _____ . (2559). แรงจูงใจ 2 ปัจจัย พลังสู่ความสำเร็จ. วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) ปีที่ 6 ฉบับที่ 3 กันยายน-ธันวาคม 2559. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์.
- กรมประชาสัมพันธ์. (2555). แนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารมวลชน. สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ ส่วนประเมินผลกรมประชาสัมพันธ์.
- เกรียงไกร พัฒนากุลโกเมธ และทิตติพงษ์ สุทธิรัตน์. (2553). การเปิดรับสื่อ ความรู้ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการรณรงค์เพื่อการงดสูบบุหรี่ของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. งานวิจัย. คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- เกษรา โพธิ์เย็น. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กิ่งแก้ว จงรัก. (2547). ปัจจัยแรงจูงใจในการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1. คณะวิทยาการจัดการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- กัญญารัตน์ ตีรสิน. (2558). การเสาะแสวงหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์และปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์และสถานการณ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางของผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ขวัญสุมน สีเหลือง. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสารของนักศึกษาสาธาณรัฐประชาชนจีนระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. วิทยานิพนธ์. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- เจตน์ยงศ์ เพชรศรี. (2552). การเปิดรับสื่อและความต้องการเนื้อหาข่าวสารของนักการเมือง
ท้องถิ่นจากสื่อขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี.
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- เฉลิมเกียรติ ดุลสัมพันธ์. (2550). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าเรียนต่อใน
คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม. รายงานการวิจัย
คณะวิทยาศาสตร์. มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- ฉัตรพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: วี พรีนซ์ (1991).
_____. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ชลธิชา สุขเกษม. (2554). การตัดสินใจศึกษาต่อของนิสิตในหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร
มหาบัณฑิต วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชนวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ.
มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชูชัย เทพสาร. (2546). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือกบริษัทรักษา
ความปลอดภัย : กรณีศึกษาผู้ประกอบการซื้อ-ขายแลกเปลี่ยนรถยนต์ใน
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์
บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชูชัย สมितिไกร. (2553). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เชิดพงษ์ ชีระจิตต์, ชัชชัย แก้วสนธิ และรพี ดอกไม้เทศ. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ
ศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย
โรงเรียนกรับใหญ่ของกุศลกิจพิทยาคม. การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัย
ระดับชาติ ครั้งที่ 3 ประจำปี 2559. มหาวิทยาลัยปทุมธานี.
- ฐปณี สุวรรณฉัตรชัย. (2542). การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวที่มีต่อข่าวสารของศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร.
วิทยานิพนธ์. ปริญญาามหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัชชา สุวรรณวงศ์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับ
ปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นครราชสีมา
(ระบบโควตา). สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน.
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

- ณัฐกานต์ รอดศิริ. (2553). ความรู้ในงานประชาสัมพันธ์และการนำไปใช้เพื่อความสำเร็จทางการตลาด. วิทยานิพนธ์. สาขาวิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ณัฐพันธ์ เขจรนันท์. (2551). พฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ติน ปรัชญพฤทธิ. (2542). ทฤษฎีองค์การ. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์. (2557). ปรชัญยานิเทศศาสตร์ : กระบวนทัศน์ในการพัฒนาทฤษฎีและศึกษาวิจัยการสื่อสาร. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ทิพย์มาศ ทองมณี. (2530). ปัจจัยการเลือกเรียนในวิทยาลัยนาฏศิลป์ สังกัดกรมศิลปากร. ปรชญานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต. สาขาวิชาจิตวิทยาแนะแนว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- ทัศนารณ์ ทองเที่ยง. (2552). พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าของผู้บริโภคในอำเภอเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธินี เตรียมชัยศรี. (2550). การประชาสัมพันธ์ในการบริหารการเปลี่ยนแปลงของโรงพยาบาลเอกชนเพื่อรองรับกาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. คณะนิเทศศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นงเยาว์ นุชนารถ. (2555). ปัจจัยจูงใจในการเลือกศึกษาสาขาวิชาการศึกษาปฐมวัยของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. วารสารวิจัย มสด., ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 มกราคม-เมษายน 2555. สถาบันวิจัยและพัฒนา. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- น้ำฝน ลูกคำ. (2555). ความต้องการและความคาดหวังของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายต่อการเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยสวนสุนันทา
- บุษกร ยี่หะ. (ม.ป.ป.). ทฤษฎีการตัดสินใจเลือกอย่างมีเหตุผล (Rational Choice Theory): อีกหนึ่งความพยายามของสังคมศาสตร์ที่จะเป็นวิทยาศาสตร์ (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก [https://www.academia.edu/4207530/ทฤษฎีการตัดสินใจเลือกอย่างมีเหตุผล_Rational_Choice_Theory_\(2558, 15 กุมภาพันธ์\)](https://www.academia.edu/4207530/ทฤษฎีการตัดสินใจเลือกอย่างมีเหตุผล_Rational_Choice_Theory_(2558, 15 กุมภาพันธ์))
- ประภาวดี สืบสนธิ. (2530). การใช้และการแสวงหาสารนิเทศของเกษตรกร อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี. กรุงเทพฯ: คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ประภาพร เดชกิตติกร. (2558). การแสวงหาข้อมูลทางสื่อออนไลน์ การรับรู้คุณค่าตราสินค้า และส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดสำหรับ ผิวหน้าของกลุ่มวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ประมะ สตะเวทิน. (2546). สื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี (พิมพ์ครั้งที่ 3).

กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์

ปัทมา ว่าพัฒน์วงศ์ และปราโมทย์ ประสาทกุล. *ประชากรไทยในอนาคต* (ออนไลน์).

เข้าถึงได้จาก <http://www.ipsr.mahidol.ac.th/IPSR/AnnualConference/Conferencell/-Article/Article02.html>. (2560, 30 กันยายน)

พงษ์พันธ์ จำนงจิตร. (2553). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้บริโภคในอำเภอเชียงใหม่ที่มี ผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ใหม่. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พัชนี เขยจรรยา, เมตตา วิวัฒน์านุกูล และฉัตรนันทน์ อนุวัชศิริวงศ์. (2538). แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ : ข้าวฟ่าง

พชร นารัตน์. (2559). เหตุผลในการตัดสินใจศึกษาต่อชั้นมัธยมศึกษาต่อปีที่ 4 ของนักเรียน โรงเรียนราชวินิตบางแก้ว สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 6. สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

พรั้มภา พรรณเล็ก. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะ พฤติกรรมการ เปิดรับสื่อ ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเฉลิมกาญจนา เพชรบูรณ์และการ ตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักเรียนโรงเรียนในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

พล เหลืองรังษี. (2546). ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2546 สถาบันราชภัฏกลุ่มรัตนโกสินทร์. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พลอยชนก ปทุมานนท์ และคณะ. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันศึกษาของนิสิต นักศึกษา หลักสูตรการแพทย์ประยุกต์บัณฑิตในสถาบันระดับอุดมศึกษาแผนไทย ประยุกต์บัณฑิตในสถาบันระดับอุดมศึกษา. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

พิศมัย เพ็ญเจริญ. (2554). ลักษณะของนักศึกษาและเหตุผลที่เข้าศึกษาใน มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี. สำนักงานอธิการบดี. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.

- พีระ จิรโสภณ. (2540). ทฤษฎีการสื่อสารมวลชนในเอกสารสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎี
การสื่อสาร (หน่วยที่ 11). นนทบุรี: สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ภาวดี อนันต์นาวิ. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อสาขาวิชา
การบริหารการศึกษา ศูนย์นวัตกรรมกรรมการบริหารและผู้นำทางการศึกษา
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี ปีที่10 ฉบับที่ 4
: เมษายน – มิถุนายน 2557. มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.
- ภูมิจิตร ศรีวงษ์ราช. (2541). องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริหารพัฒนา
ของคณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์.
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา.
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครศรีธรรมราช. (2553). เหตุ
จูงใจในการสมัครเข้าศึกษาของนักศึกษาเป็นรายกระบวนวิชา (Pre –Degree) :
ศึกษาเฉพาะกรณี มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ
จังหวัดนครศรีธรรมราช. วิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
จังหวัดนครศรีธรรมราช.
- เมธาวี สุขปาน. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตร
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ของนักเรียน กรณีศึกษาวิทยาลัยพณิชยการ
ธนบุรี. วิทยานิพนธ์. หลักสูตรเศรษฐศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ.
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- วรพจน์ บุษราคัมวดี. (2552). วิชาองค์การและการจัดการ. ปทุมธานี: คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- วรวิมล ภัคดีบุรุษ. (2559). การเปิดรับสื่อ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารอาเซียน และการเตรียม
ความพร้อมที่มีผลต่อการปรับตัวด้านวัฒนธรรมอาเซียนของครูในโรงเรียน
มัธยมศึกษาของรัฐบาลเขตลาดพร้าวและจตุจักร กรุงเทพมหานคร.
คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
- วลัย วัฒนศิริ. (2553). พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อที่ประเทศไทยใน
ระดับอุดมศึกษานานาชาติของนักศึกษาประเทศอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขง.
นิเทศศาสตรุษฎีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์วารสารสุทธิปริทัศน์.
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

- วุฒิชัย จำนง. (2523). พฤติกรรมการตัดสินใจ. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์.
- วันเพ็ญ กุลดั่ง. (2555).) การศึกษามูลเหตุของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ในการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ของคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์. งานวิจัย. ภาควิชาหลักสูตรและการสอน คณะครุศาสตร์. มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- ศิวัช จันทนาสุภาภรณ์. (2554). ทศนคติที่มีต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์:กรณีศึกษา นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : บริษัท วิสิทธิ์พัฒนา จำกัด.
- ศศิวิมล แสนเมือง. (2554). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจเลือกมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ของนักเรียนที่มีผลการเรียนดี ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. วิทยานิพนธ์. สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ศุภวรรณ พิพิธสมบัติ. (2550). การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ ในหนังสือพิมพ์รายวันของไทย. วิทยานิพนธ์ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สกุณี โกมลิตพิพงศ์. (2555). การใช้เว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สถาพร มาอุ่น.(2550). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนอู่อารีวิทยา จังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ(การจัดการทั่วไป). มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล. ประชากรของประเทศไทย (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก http://www.ipsr.mahidol.ac.th/ipsr-th/population_thai.html. (2557, 29 มิถุนายน).
- สมควร กวียะ. (2547). แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนงานประชาสัมพันธ์. เอกสารการสอนชุดวิชาการวางแผนงานประชาสัมพันธ์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สมคิด บางโม. (2558). องค์การและการจัดการ. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.
- สมพงษ์ กาศเกษม.(2551). ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพเกษตรของผู้เรียนในวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

- สมสิทธิ์ สองประสม. (2550). การศึกษาทัศนคติของพนักงานต่อระบบประกันคุณภาพของ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สารนิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต
คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สมาน พู่แสง. (2550). ปัจจัยจูงใจในการเลือกศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพใน
สถานศึกษาเอกชน จังหวัดลำปาง. วิทยานิพนธ์ ครุศาสตรมหาบัณฑิต
การบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.
- สร้อยตระกูล (ติวยานนท์) อรรถมานะ. (2550). พฤติกรรมองค์การ ทฤษฎีและการประยุกต์
(พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สิทธิพันธ์ ยศยอดยิ่ง. (2547). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกมหาวิทยาลัยของนิสิต
ปริญญาามหาบัณฑิตทางการศึกษา. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต.
ครุศาสตร์ (วิจัยการศึกษา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภะรัฐ ยอดระบำ. (2551). การใช้แนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์ในวิทยานิพนธ์สาขาการ
ประชาสัมพันธ์. วิทยานิพนธ์. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์
คณะนิเทศศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุมาลี เดชบุญพบ. (2554). การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดรายการวิทยุกระจายเสียง
ของศูนย์วิทยพัฒนา. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เพชรบุรี.
- แสวง รัตนมงคลมาศ. (2537). องค์การนำการตัดสินใจ.
กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ ส่วนประเมินผล 2555. (2555).
แนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารมวลชน.
(ออนไลน์). http://hq.prd.go.th/plan/download/article/article_20120329105248.doc.
(2559, 28 มกราคม)
- สำนักนโยบายและแผนการอุดมศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2551).
กรอบแผนอุดมศึกษาระยะยาว 15 ปี ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2551-2565). (พิมพ์ครั้งที่ 3).
กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- เหมือนฝัน ธัญญศรีชัย (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียน
กวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร
และปริมณฑล. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และศลยา จาตุรงค์กุล. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค* (พิมพ์ครั้งที่ 2).
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Assael H. (1998). *Consumer behaviour and marketing action*. South-Western
College Publishing: Cincinnati, Ohio.
- A.N. Oppenheim. (1979). *Questionnaire Design and Attitudes Measurement*.
(4th ed.). New York : Basic Books.
- Brendan J. Gray, Kim Shyan Fam, Violeta A. Llanes, (2003). *Branding universities in
Asian markets*. *Journal of Product & Brand Management*,
Vol. 12 Issue: 2, pp.108-120, (ออนไลน์).
เข้าถึงได้จาก <https://doi.org/10.1108/10610420310469797> (2559, 3 เมษายน).
- Domjan, M. (1996). *The Principles of Learning and Behavior Belmont*.
California: Thomson Wadsworth.
- Griffiths, D.E. (1959). *Administrative theory*. New York, N.Y. : Appleton-Century
Crofts.Hall,
- Hicks, Herbert G. (1972). *The Management of Organization : A Systems and
Human Resources Approach*. New York : McGraw-Hill.
- Keller, Kevin Lane. (2013). *Strategic Brand Management Building, Measuring
and Managing Brand Equity*. Pearson Education.
- Klapper, J.T. (1960). *The effects of mass communications*. Oxford, England: Free
Press of Glencoe.
- Krikelas, James. (1983). *Information-Seeking Behavior: Patterns and Concepts*.
Drexel Library Quarterly, (Foundations of Library Practice). *Journal*,
v19 n2 p5-20 Spr 1983.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Principles of marketing*. (9th ed.). New Jersey:
Prentice-Hall.
- Lovell, R. B. (1980). *Adult Learning*. New York : Halsted Press Wiley & Son.
- McCombs, M.E., L.B. Becker, and D.H. Weaver. (1975). *Measuring the cumulative
agenda-setting influence of the mass media*. Presented to the Speech
Communication Association, Houston, Texas.

McGregor, Douglas. (1969). *The Human Side of Enterprise*.

New York : McGraw – Hill Book Company.

Pfiffner, J.S. and Presthus. (1960). *Public Administration*.

New York : The Ronald Press Co.,1960.

Simon, H. A. (1960). *Administrative Behavior*. (3rd ed). New York: The free Press.

Wp_admin. (2556). *รายชื่อมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ (ออนไลน์)*.

เข้าถึงได้จาก <https://teen.mthai.com/education/40658.html>. (2558, 20 ธันวาคม)