

## บรรณานุกรม

- กชพร ต้วทะสุวรรณ, แหวตา เตชาทวีวรรณ, ธาดา วชิรปรีชาพงษ์. (2555). *การเปิดรับสื่อและการรับรู้การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). *การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ:
- กาญจนา แก้วเทพ. (2543). *สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กิติมา สุรสนธิ. (2533). *ความรู้ทางการสื่อสาร*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เกล้ากมล สุริยันต์. (2554). *การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และความพึงพอใจที่มีผลต่อความภักดีต่อตราสินค้า เครื่องสำอางเกาหลีแบรนด์ ETUDE HOUSE ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ขวัญเรือน กิตติวัฒน์. (2531). *พลศาสตร์ของการสื่อสาร. ในเอกสารการสอนชุดวิชาพลศาสตร์การสื่อสาร หน่วยที่ 2*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จิตมิกา เจริญทนต์. (2551). *การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการที่มีผลต่อการซื้ออาหารแช่แข็งพร้อมรับประทาน*. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์ปอร์ตเน็ต.
- ชัยณรงค์ ทรายคำ. (2552). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ส่วนบุคคลของผู้บริโภคในจังหวัดลำพูน*. ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการอุตสาหกรรม : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ไชยันต์ ไชยพร. (2557). *“โกงได้ไม่เป็นไรหากแบ่งหรือให้ประโยชน์ กับทฤษฎีการเลือกอย่างเป็นทางการเป็นเหตุเป็นผลของจอห์น เอสสเตอร์”*: วารสารวิชาการ ป.ป.ช.

ณัฐสินี ศักดิ์ประดิษฐ์. (2558). *พฤติกรรมกาารเปิดรับสื่อและทัศนคติต่อสื่อประชาสัมพันธ์ การรับสมัครนักศึกษาใหม่ในมหาวิทยาลัยศรีปทุมของนักเรียนมัธยมปลายในเขต บางเขนและเขตจตุจักร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์. (2544). *การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับเพศศึกษา ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ดารา ทีปะปาล และ ธนวัฒน์ ทีปะปาล. (2553). *การสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ: อมลการพิมพ์.

ธงชัย สันติวงษ์. (2554). *พฤติกรรมบุคคลในองค์กร*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เจริญพัฒน์.

ธีรพันธ์ ไฉ่ห้ทองคำ. (2544). *กลยุทธ์สื่อสารการตลาดแบบครบวงจร*. กรุงเทพฯ: ทีปโป่ง พอยท์.

บุษฉวี ยี่หะ. (2550). *การปกครองท้องถิ่นไทย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปรมะ สตะเวทิน และคณะ. (2539). *การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.

\_\_\_\_\_. (2541). *การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.

\_\_\_\_\_. (2546). *หลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วนที่ 9-15*. นนทบุรี: สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ปริญ ลักษิตานนท์. (2544). *จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: เจริญบุญการพิมพ์ (1998).

พรทิพย์ วรกีจโกคาทร. (2529). *เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

พรรณวดี บุตรศรีภูมิ. (2550). *การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร (IMC) ที่มีผลต่อ พฤติกรรมกาารเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมความงามเพื่อบำรุงผิวหน้าของผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

พิบูล ทีปะपाल. (2550). *พฤติกรรมองค์การสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: อมรรการพิมพ์.

พีระ จิโรภณ. (2529). *หลักและทฤษฎีการสื่อสาร (หน่วยที่ 11)*. นนทบุรี.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

\_\_\_\_\_. (2537). *ทฤษฎีการสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับผู้รับสาร*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

\_\_\_\_\_. (2547). *ทฤษฎีและพฤติกรรมการสื่อสาร (หน่วยที่ 11)*. นนทบุรี.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

\_\_\_\_\_. (2548). *ประมวลสาระชุดวิชาปรัชญานิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร (หน่วยที่ 10)*. นนทบุรี. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

ภัทราพันธ์ หุ่นรักวิทย์. (2557). *การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมหาวิทยาลัยศิลปากรภายหลังภาวะวิกฤต*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ยุดา รักไทย และ ธนิกันต์ มาชะคิรานนท์. (2546). *เทคนิคการแก้ปัญหาและตัดสินใจ. (พิมพ์ครั้งที่ 5)*. กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เน็ท.

ยุพดี จิตติกุลเจริญ. (2537). *ทฤษฎีการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.

รังสิยา พวงจิตร. (2555). *เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อ และความภักดีต่อตราสินค้าของเครื่องสำอาง Oriental Princess ของผู้บริโภคเพศหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร*. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ศิริเพ็ญ เยี่ยมจรรยา. (2555). *พฤติกรรมและการตัดสินใจเข้าเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ดำน้ำกสายสุทธานภดลในวังสวนสุนันทาของนักท่องเที่ยวชาวไทย และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2534). *กลยุทธ์การตลาด*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

\_\_\_\_\_. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีรฟิล์ม และไวเท็กซ์.

\_\_\_\_\_. (2546). *การบริหารตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ซีรฟิล์ม และไวเท็กซ์.

ศิวารัตน์ ณ ปทุม, สุรกิจ เทวกุล และ ปริญญาภิธานนท์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภคขั้นสูง = Consumer behavior*. กรุงเทพฯ: Brand Age books.

สิทธิ ธีรสรณ์. (2550). *เทคนิคการเขียนรายงานการวิจัย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุกัญญา อัมพันแสง. (2546). *การเปิดรับ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากการรับฟัง  
รายการข่าวสารความรู้ทางหอกระจายข่าวในเขตตำบลหนองตาต จังหวัดบุรีรัมย์*.  
วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ:  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุดาพร กุณฑบุตร. (2552). *หลักการตลาด (สมัยใหม่)*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.

สุทามาศ จันทร์ถาวร. (2556). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือก  
ซื้อสินค้าบน Facebook ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์  
บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต.

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2533). *แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม*.  
วันที่ค้นข้อมูล 25 กันยายน 2560. เข้าถึงได้จาก  
<http://www.novabizz.com/NovaAce/Attitude.htm>

เสถียร เขียวประทับ. (2525). *การสื่อสารงานนวัตกรรม*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เสรี วงษ์มณฑา. (2540). *ครบเครื่องการสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ: พิมพ์พัฒนาภาษา.

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

โสภิตา ปานสุวรรณ. (2556). *การวิเคราะห์การสื่อสารการตลาดโรงเรียนอนุบาลเอกชน*.  
 กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และ ดลยา จาตุรงค์กุล. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. (พิมพ์ครั้งที่ 8).  
 กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2547). *สื่อมวลชนเบื้องต้น: สื่อมวลชนวัฒนธรรมและสังคม*.  
 กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Al Ries & Jack Trout. (2001). *Positioning: The Battle for your mind*. (20<sup>th</sup> ed.). New York:  
 Mcgraw – Hill.

Armstrong, G & Kotler, P. (2007). *Marketing and introduction*. (6<sup>th</sup> ed.). New Jersey:  
 Pearson Education.

Assael, Henry. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action*. (6<sup>th</sup> ed.). Cincinnati,  
 Ohio: South – Western College Publishing.

Atkin, Charles K. (1973). *Anticipated communication and mass media information  
 seeking public opinion quarterly*. New York: Free Press.

Bovee, C.J, Houston, M.J & Thill, J.V. (1995). *Marketing*. (2<sup>nd</sup> ed.). London: McGraw-Hill.  
 David L. Loudon and Albert J. Della Bitta. (1993). *Consumer Behavior and Concept*. New  
 York: McGraw – Hill International, Inc.

Defleur. (1996). *Theories of mass communication*. London: Longman.

Engel, F.J, Blackwell, D.R & Minaird, W.P. (1968). *Consumer behavior*. Hindale: The  
 Dryden Press.

Etzel, Michael J., Bruce J. Walker. and William J. Stanton. (2004). *Marketing*. (13<sup>th</sup> ed.).  
 Boston: Mcgraw – Hill.

Fill, Chirs. (1995). *Marketing Communications Framework, theories and applications*.

Englewood Cliff: Prentice-Hall.

Friedson, Riley & Flowerman. (1951). *Media exposure*. Online. Retrieved: August 2017.

From <http://thailand.com/html/show.phs?sid=136>.

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.

Gwyneth Moody, Huda Alkaff, Dawn Garrison, and Frank Golley. (2005). "Assessing the Environmental Literacy Requirement at the University of Georgia": THE JOURNAL OF ENVIRONMENTAL EDUCATION.

Harrel, Gillbert D. (2002). *Marketing: connecting with customers*. (1<sup>st</sup> ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Hawkin & Motherbaugh. (2013). *Consumer Behavior ; Building Marketing Strategy*. (12<sup>th</sup> ed.). NY. New York: McGraw-Hill.

Hawkins, D.I., Best, R.J., & Coney, K.A. (2001). *Consumer behavior: Building marketing strategy*. (8<sup>th</sup> ed.). New York, NK: McGraw – Hill.

Hoyer, W.D & Macinnis, D.J. (1997). *Consumer Behavior*. Boston: Houghton Mifflin.

Hunt, Tood & Reben, Brent D. (1993). *Mass Communication: Producer and Consumer*. New York: Harper College Publishers.

Hybel, S & Weaver, R.L. (1995). *Communication Effectively*. (4<sup>th</sup> ed.). New York: McGraw-Hill.

Kerin, R.A., Hartley, S. W. & Rudelius, W. (2004). *Marketing management*. New York: McGraw Hill.

Klapper, J T. (1960). *The Effect of Mass Communication*. New York; Free Press.

Kotler & Armstrong. (2011). *Principles of Marketing*. NJ. New Jersey: Prentice Hall.

Kotler & Philip. (2000). *Marketing Management. The Millennium edition*. New Jersey: Prentice-Hall Kotler.

Loudon, David and Bitta, Albert. (1988). *Consumer Behavior: Concept and Application*. (3<sup>rd</sup> ed.). New York: McGraw Hill.

Maslow, A. (1970). *Motivation and Personality*. New York: Harper and Row.

Mccombs & Becker, L.E. (1979). *Using Mass Communication Theory*. New Jersey: Prentice Hall.

McQuail, Denis. (2005). *McQuail's Mass Communication Theory*. London : Sage.

Merton, K Robert. (1975). *Social Theory and Social Structure*. Glencoe ill: Free Press.

Mowen, J.C & Minor, M. (1988). *Consumer behavior*. (5<sup>th</sup> ed.). New Jersey: Prentice-Hall.

Peter J. Paul and Olsen Jerry C. (1990). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. (2<sup>nd</sup> ed.). Homewood, Illinois: Richard D. Irwin.

Philip Morris Hauser & Otis Dudley Duncan. (1959). *The Study Of Population*. Chicago: University of Chicago Press.

Plunkett, W.R. and Attner, R.F. (1994). *Introduction to management*. New York: Wadsworth.

Rogers, E.M & Shoemaker, F.F. (1971). *Communication of Innovation*. New York: The Free Press.

Samuel L. Becker. (1972). *Discovering Mass Communication*. Illinois: Scott Foresman and Company Glenview.

- Schiffman, L.G & Kanuk, L.L. (1994). *Consumer behavior*. (5<sup>th</sup> ed.). Englewood Cliff. New Jersey: Prentice-Hall.
- Schramm, W. (1973). *Channels and audience*. In *Handbook of Communication*. Chicago: Ran McNally College.
- Semenik, R.J. (2002). *Promotion and integrated marketing communications*. Ohio: South – Western.
- Schultz, Don E., Stanly I. (1993). “*Tannenbaum and Robert F. Lauterborn.*” In *Integrated Marketing Communication*. New York: NTC Business Book.
- Simon, Herbert A. 1960. *Administrative Behavior*. New York: The McMillen Company.
- Solomon, M.R. (2002). *Consumer behavior: Buying, having and being*. (5<sup>th</sup> ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice – Hill.
- \_\_\_\_\_. (1996). *Consumer Behavior*. (3<sup>rd</sup> ed). Englewood Cliffs, NJ: Prentice – Hall.
- Stoner, James A.F. (1978). *Management*. Englewood Cliffs, New York: Prentice Hall.
- Walters, C. Glenn. (1978). *Consumer Behavior: Theory and Practice*. Homewood,IL:Richard D.Irwin Inc.
- Will Goldhabers & Yates. (1980). *Communication Yearbook 4*. USA: International Communication Association.