

## บรรณานุกรม

### หนังสือและบทความในหนังสือ

ชวณะ ภวกานันท์. แหวกแนวคิดโฆษณา. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์อิมเมจมีเดีย, 2528.

ชวรัตน์ เชิดชัย. การสื่อสารและสาธารณสมบัติ. กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์และ  
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527.

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และคณะ. การบริหารโฆษณาธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์  
วังอักษร, 2540.

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์  
พระนคร, 2537.

พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. “ความสำคัญของผู้รับสาร.” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎี  
การสื่อสาร, หน่วยที่ 6. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2539.

รุ่งนภา พิตรปรีชา. “หลักการโฆษณา.” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาธุรกิจการโฆษณา.  
กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ประชาชน, 2530.

วิรัช ลภีรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์แบบสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย, 2540.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. การบริหารการโฆษณาและส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์  
พัฒนาศึกษา, 2537.

ศุภร เสรีรัตน์. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอ.อาร์. บีซิเนส เพรส จำกัด, 2544.

สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร. การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

เสรี วงษ์มณฑา. การวิจัยสำหรับนักโฆษณา. กรุงเทพมหานคร: บริษัท บพิศการพิมพ์, 2533.

\_\_\_\_\_. การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ชีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด, 2540.

\_\_\_\_\_. ครบเครื่องเรื่องสื่อสารการตลาด. กรุงเทพมหานคร: บริษัท วิสิทธิ์พัฒนาจำกัด, 2540.

\_\_\_\_\_. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ชีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด, 2542.

\_\_\_\_\_. “สื่อโฆษณาประเภทแพรภาพและกระจายเสียง.” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์, หน่วยที่ 7. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529.

\_\_\_\_\_. หลักการโฆษณา. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ธรรมสาร, 2546.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และ ดลยา จาตุรงค์กุล. พฤติกรรมผู้บริโภค (ฉบับมาตรฐาน). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

## บทความ

นาราตา ปัญญวงษ์. “KBank K Identity.” แบรนด์เเอจ (มิถุนายน 2549):174.

บัณฑูร ล่ำซำ. “K-Excellence One Brand for All Product.” แบรนด์เเอจ (ธันวาคม 2548):68.

\_\_\_\_\_. “K-Excellence Product Domain + Customer Centricity.” แบรนด์เอจ  
(มีนาคม 2549):84.

### วิทยานิพนธ์

ญานิน เตรีย์ศักดิ์กุล. “ทัศนคติของนักศึกษาในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรูปแบบของการโฆษณาทางโทรทัศน์.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2540.

บุหงา ชัยสุวรรณ. “ผลของเทคนิคช่วยจำต่อการระลึกถึงภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

ปัทมศิริ เอี่ยมประชา. “การศึกษาทัศนคติ และพฤติกรรมการเปิดรับที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาบัตรเครดิตซีดีแบงก์ซูด Rely On ของผู้ถือบัตรเครดิตในเขตกรุงเทพมหานคร.” (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.

ปิติยา สุคนธมาน. “การเปิดรับ การจดจำ และความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อสื่อโฆษณาภายในรถไฟฟ้าและภายในบริเวณสถานีรถไฟฟ้ापี่ทีเอส.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2544.

ภควิศ วิเศษมณี. “กลยุทธ์การสร้างสรรค์งานโฆษณาเพื่อแก้ไขภาพลักษณ์ กรณีศึกษาเปียร์ อัมสเตอร์.” รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

สุนิมิต ประทีปเสน. “ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสารโฆษณาส่งเสริมสังคมกับพฤติกรรมผู้บริโภค.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

สุวรรณณี พึ่งพระจิตร์. “การสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของโครงการ ทีเอฟพี อี-เซอร์วิส การบริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกสิกรไทย.” วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัย คณະนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

เอมอร ธรรมรงค์. “การใช้สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์เพื่อเปลี่ยนภาพพจน์ธนาคารทหารไทย (2517 – 2533).” วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัย คณະนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

### เอกสารอื่นๆ

กระทรวงมหาดไทย, กรมการปกครอง. “ประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร.” รวบรวมโดย กองคลังข้อมูลและสนเทศสถิติ สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2548.

รติ พันธุ์ทวี. “Management Partner, Ogilvy & Mather (Thailand).” เอกสารธนาคาร กสิกรไทย.” (อัดสำเนา).

### Books

Assael, H. Consumer Behavior and Marketing Action. 6<sup>th</sup> Edition. New York: South-Western College Publishing, 1998.

Becker, Samuel L. Discovering Mass Communication. Illious: Scott Foresman and Glenwave, 1987.

Belch, George E., and Belch, Michael A. Introduction to Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective, 3<sup>rd</sup> ed. Chicago: Irwin, 1995.

Bovee, Courand L. et al. Advertising Excellence. New York: Mc Graw-Hill, 1995.

Parente, Donald et al. Advertising Campaign Strategy ; A Guide to Marketing Communication Plans. Fort Worth: Dryden Press, 1996.

Shimp, Terence A. Advertising, Promotion, and Supplement Aspects of Integrated Marketing Communications. 4<sup>th</sup> ed. Fort Worth: Dryden Press, 1997.

**ข้อมูลจาก เวิลด์ ไวด์ เว็บ**

<[http://teacher.rink.ac.th/e\\_learning/toon/text.html](http://teacher.rink.ac.th/e_learning/toon/text.html)>. 20 กุมภาพันธ์ 2549.

<[http://www.business-thai.in.th/content.php?data=404142\\_Media](http://www.business-thai.in.th/content.php?data=404142_Media)>. 16 พฤษภาคม