

เอกสารอ้างอิง

1. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์, 2530, เอกสารการสอนชุดวิชา **บริหารงานประชาสัมพันธ์**, โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี, หน้า 560-562.
2. สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2556, **เอกสารประกอบการแถลงข่าวดัชนีความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรมเดือนธันวาคม 2555**, ครั้งที่ 1/56 (มกราคม 2556), 24 มกราคม 2556, สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, กรุงเทพฯ, หน้า 4-8.
3. มติชนออนไลน์, 2556, มติชนวิชิ เผยยอดขายปี 2555 เติบโตทุบสถิติ [Online], Available : http://www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1357903260&grpid=03&catid=03 [11 มกราคม 2556].
4. สำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2555, **ประกาศสำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง เรื่อง จำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักร แยกเป็นกรุงเทพมหานครและจังหวัดต่าง ๆ ตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555** [Online], Available: http://stat.bora.dopa.go.th/stat/y_stat55.html 2556 [12 สิงหาคม 2556].
5. สมบัติ ท้ายเรือคำ, 2551, **ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**, กอปกินธุ์ : ประสานการพิมพ์, กอปกินธุ์, หน้า 243-245.
6. บริษัทมิตซูบิชิ มอเตอร์ส (ประเทศไทย) จำกัด, 2557, **Mitsubishi-Motors site** [Online], Available : <http://www.mitsubishi-motors.co.th/th/About-Company-History-AIM-Philosophy> [17 มกราคม 2557].
7. Krejcie, R.V. and Morgan, D.W. 1970. "Determining Sample Size for Research Activities", **Educational and Psychological Measurement**, Vol. 30, No. 3, pp. 608-610.
8. Edward Sapir, 1993, "Communication", **Encyclopedia of the Social Sciences**, Vol. 4, E.R.A.Seligman and A. Johnson Ed., New York: Macmillan, p. 79.

9. Warren W. Weaver in Claude E. Shannon and Warren W. Weaver, 1949, **The Mathematical Theory of Communication**, Urbana, III: University of Illinois Press., p. 95.
10. Jurgen Ruesch and Gregory Bateson, 1951, **Communication: the Social Matrix of Psychiatry**, New York: W.W.Norton and Col., pp. 5-6.
11. George A. Miller, 1951, **Language a Communication**, New York: McGraw-Hill, p. 6.
12. George Gerbner, 1996, "W on Defining Communication : Still another View", In **The W Journal of Communication**, Vol. 10, No. 16, p. 102.
13. Carl I. Hoveland, Irving L. Janis, and Harold H. Kelly, 1953, **Communication and Persuasion**, New Haven: Yale University Press, p. 12.
14. Colin Cherry, 1957, **On Human Communication**, New Haven: Wiley, p. 219.
15. Wilbur Schramm, 1974, **Nature of Communication between Humans**, Urbana 3: University of Illinois, p. 12.
16. Everett M. Rogers and F. Floyd Shoemaker, 1971, **Communication of Innovations**, New York: The Free Press, p. 10.
17. ปรมะ ทัศเวทิน, 2540, **หลักนิเทศศาสตร์**, ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, หน้า 29-30.
18. Devid K. Berlo, 1960, **The Process of Communication**, New York: Holf, Rinehart and Winston, Inc, p. 7.
19. Joseph T. Klapper, 1960, **Process of Communication**, New York: The Free Press, p. 5.
20. Cherry C., 1966, **On Human Communication**, New York: Wiley, p. 219.

21. Charis K. Atkin, 1973, **New Model for Mass Communication Research**, New York: The Free Press, p. 208.
22. Joseph T. Klapper, 1960, **Process of Communication**, New York: The Free Press, p. 21.
23. ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538, **การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด**, ดวงกมลสมัยการพิมพ์, กรุงเทพมหานคร, หน้า 33.
24. ขวัญเรือน กิติวัฒน์, 2531, “สื่อมวลชนกับการสร้างความเป็นจริงทางสังคม”, **วารสารนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย**, กรุงเทพมหานคร.
25. Wilbur Schramm, 1974, **Nature of Communication between Humans**, Urbana 3: University of Illinois, pp. 22-23.
26. ประภาวดี สืบสนธิ์, 2553, “สารสนเทศในบริบทสังคม”, **วารสารสรุปการประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษา มทส.**, ครั้งที่ 3, นครราชสีมา.
27. ณรงค์ สมพงษ์, 2543, **สื่อสารมวลชนเพื่องานส่งเสริม**, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ, หน้า 74-76
28. McCombs, M. and Becker, L., 1979, **Using Mass Communication Theory**, Engle Wood Cliffs, New Jersey, Prentice Hall, pp. 44-48.
29. คณะกรรมการชำระพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2546, **พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2542**, นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์, กรุงเทพมหานคร.
30. จรัส โพธิ์จันทร์, 2549, **ความพึงพอใจในการทำงาน ของอาจารย์ในวิทยาลัยพลศึกษาในภาคเหนือ**, วิทยานิพนธ์ ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พิษณุโลก, หน้า 72-76.
31. Good C.V., 1973, **Dictionary of Education**, 3rd ed., Mc Graw Hill, Hill book Co, New York, pp. 319-321.

32. Wolman Benjamin B., 1979, **Dictionary of Behavioral Science**, Reinheld Company, Nostrana, New York : Van Nostrand Reinhold, pp. 282-284.
33. ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์, 2546, **จิตวิทยาการศึกษา**, กรุงเทพมหานคร, ศูนย์สื่อเสริม, หน้า 87-90.
34. พวงเพชร เอี่ยมภุษา, 2547, **การพัฒนาแผนการเรียนรู้ภาษาไทย เรื่อง การเขียนเชิงสร้างสรรค์ โดยโครงการชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5, การศึกษาค้นคว้าอิสระ** ปริญญา การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, หน้า 29, 39.
35. Maslow, Abraham Harold, 1970, **Motivation and Personality**, New York : Harper and Row, p. 28.
36. ดำรงค์ศักดิ์ ชัยสนธิ, และวินัส อัสวสิทธิถาวร, 2538, **การโฆษณา**, สำนักพิมพ์วังอักษร, กรุงเทพฯ, หน้า 79-86.
37. Kellner Douglas, 1995, **Advertising: Information or Persuasion?**, London: Sage, In *Questioning the Media*, pp. 332-333.
38. ศิริจิต ทุงหว่า, 2549, **การประชาสัมพันธ์และการโฆษณา**, ภาควิชาพัฒนาการเกษตร คณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, หน้า 44.
39. นชกฤต วันตะเมล์, 2554, **หลักการโฆษณา**, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร, หน้า 47-48.
40. เพ็ญศรี เผ่าทองเหลือง, ผู้แปล, 2536, **แผนสกัดจุดคนโฆษณา**, สำนักพิมพ์สร้างสรรค์วิชาการ, กรุงเทพมหานคร, หน้า 97, 101-103.
41. สุพิน ปัญญามาก, 2550, “**วัตถุประสงค์ของการโฆษณา**”, เอกสารการสอนชุดวิชาหลักการโฆษณาและประชาสัมพันธ์, สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, หน้า 102-108.

42. ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538, การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด , ดวงกมลสมัยการพิมพ์, กรุงเทพมหานคร, หน้า 42-43.
43. ณรงค์ สมพงษ์, 2530, สื่อเพื่องานส่งเสริมเผยแพร่, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ, หน้า 368-374.
44. วิรัช ลภีรัตนกุล, 2546, การประชาสัมพันธ์ , สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ, หน้า 158-162.
45. E. Jerome Mc Carty and William D. Perrault, Jr., 1990, **Basic Marketing : Managerial Approach**, Homewood, Illinois, p. 809.
46. วีระ อรัญมงคล, 2538, หลักการประชาสัมพันธ์ , พิมพ์ครั้งที่ 2, โรงพิมพ์สุดจิตออฟเซต, กรุงเทพมหานคร, หน้า 25-35.
47. ลักษณ์า สตะเวทิน, 2540, หลักการประชาสัมพันธ์ , โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตกล้วยน้ำไท, กรุงเทพมหานคร, หน้า 21-29.
48. ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2543, การวิเคราะห์ผู้รับสาร, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คณะนิเทศศาสตร์, กรุงเทพมหานคร, หน้า 44-47.
49. วิจิตร อาวะกุล, 2522, การประชาสัมพันธ์: หลักและวิธีปฏิบัติ, กรุงเทพมหานคร, หน้า 11-14, 18-19, 31.
50. ชงชัย สันติวงษ์, 2528, การตลาดสำหรับนักบริหาร, กรุงเทพมหานคร, หน้า 16, 22-23.
51. ศศิธร ยูโก ศล, 2545, การให้ความหมายข่าวสารในมุมมองของผู้รับสาร, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทสาขานิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, หน้า 24-26.
52. เสรี วงษ์มณฑา, 2540, ครบเครื่องเรื่องการค้าและการตลาด, วิสิทธ์พัฒนา, กรุงเทพมหานคร, หน้า 51.

53. จิตรภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์, 2544, **ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์**, พิมพ์ครั้งที่ 6, สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร, หน้า 39-41.
54. ชาคริต จุลกะเสวี, 2534, “กระบวนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ราชการ”, ใน **เอกสารการสนชตวิชากรวางแผนงานประชาสัมพันธ์**, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี, หน้า 19, 26-44.
55. ฉัฐนันท์ ศิริเจริญ, 2548, **หลักการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการสื่อสารเพื่อการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ**, บายฮาร์ทมีเดีย, กรุงเทพมหานคร, หน้า 10-11, 25-26.
56. โครงการทรูปลูกปัญญา, 2556, **TRUE ปลูกปัญญา-รู้จักกรุงเทพมหานคร** [Online], Available : http://www.trueplookpanya.com/true/blog_diary_detail.php?diary_id=28967 [10 มิถุนายน 2556].
57. ศูนย์สารสนเทศเพื่อการบริหารและงานปกครอง. กรมการปกครอง. กระทรวงมหาดไทย. **"ข้อมูลการปกครอง"** [Online]. Available : <http://www.dopa.go.th/padmic/jungwad77/jungwad77.htm> [ม.ป.ป.]. [สืบค้น 16 มิถุนายน 2556].
58. Devid K. Berlo, 1960, **The Process of Communication**, New York: Holf, Rinehart and Winston, Inc, p. 44.
59. Joseph T. Klapper, 1960, **The Process of Communication**, New York: The Free Press, pp. 47-48.
60. Wilbur Schramm, 1974, **Nature of Communication between Humans**, Urbana 3: University of Illinois, p. 71.
61. สมภพ ติรัตนประคม, 2542, **พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์กับการเลือกตัดสินใจ**, ภูเก็ต, หน้า 101, 115-118.

62. ภาสกร เรืองรอง, 2550, **ประเภทของช่องทางการรับส่งข้อมูล** [Online], Available : <http://www.navy.mi.th/nc/news/new29.htm>, [11 มกราคม 2556].
63. ชงชัย สันติวงษ์, 2537, **พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด**, โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชย์, กรุงเทพมหานคร, หน้า 78, 123-125.
64. จิตรภัทร์ จึงอยู่สุข, 2518, **การมีส่วนร่วม ทัศนคติ การตัดสินใจซื้อ ความภักดีต่อตราสินค้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อสินค้าความเกี่ยวพันสูงและสินค้าความเกี่ยวพันต่ำ ที่มีการจัดการตลาดเชิงกิจกรรม**, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
65. ศุภกร เสรีรัตน์, 2537, **พฤติกรรมผู้บริโภค**, สำนักพิมพ์ดอกหญ้า, กรุงเทพมหานคร, หน้า 28, 43-48.
66. พรจิตร สมบัติพานิช, 2547, **โฆษณาในทศวรรษที่ 2000-2001 การศึกษาถึงปัจจัยด้านสื่อที่มีต่อรูปแบบโฆษณา**, วิทยานิพนธ์ ปริญญาปรัชญาคณะศึกษาศาสตร์ สาขา วิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, หน้า 4, 10-28.
67. พิสนุ พองศรี, 2552, **การสร้างและพัฒนาเครื่องมือวิจัย**, ด้านสหวิชาการพิมพ์, กรุงเทพฯ, หน้า 201-203.
68. ส่องศรี ชมพูนงศ์, 2549, **การออกแบบวิจัย**, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช, นครศรีธรรมราช, หน้า 68, 72-74.
69. สุทัสนา สุทธิกุลสมบัติ, 2544, **เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย : ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับงานวิจัย**, [Online], Available : <http://web.udru.ac.th/sudad18/new2/10html>, [12 มกราคม 2557].
70. ทันทวี สติธิวิวงศ์, 2550, **การศึกษาพฤติกรรมและการเปิดรับสื่อ และการใช้ประโยชน์จาก การสื่อสารมวลชนของนักศึกษา ในมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี**, วิทยานิพนธ์ ปริญญาครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาครุศาสตร์เทคโนโลยี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, หน้า 73-77.

71. ทศพล มงคลถาวร, 2550, ความพึงพอใจต่อการเปิดรับสื่อโฆษณาออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง , วิทยานิพนธ์ ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขา วิชาเทคโนโลยี สื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, หน้า 87-92.
72. สร้อยรุจี อินทสร, 2549, การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จังหวัดนครปฐม , วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, หน้า 36, 41-44.
73. บดินทร์ แตรรูปวิไล, 2550, การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสื่อโฆษณาของ บริษัท จีอี แคปิตอล ออโต้ส์ , วิทยานิพนธ์ ปริญญา ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาครุศาสตร์เทคโนโลยี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, หน้า 70-75.
74. บุญบา เชื้อวงศ์, 2549, การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของบริษัท เอ็ม ซี เอ็ม สตีผล จำกัด : สาขาห้วยหมาก , วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, หน้า 41-42, 46-47.
75. เกศรา ชั่งชวลิต, 2544, การแสวงหาข่าวสาร การรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล, วิทยานิพนธ์ ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, หน้า 66-71.
76. ศุภฤกษ์ เกียรติก้องสกุล, 2550, การศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารทหาร ไทย จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะกรณี สำนักงานใหญ่ กรุงเทพมหานคร , วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, หน้า 67, 78-79.
77. สุขามาต พวงไม้, 2552, ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจกับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย , วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, หน้า 84-87.

78. สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา, 2546, การโฆษณา (รหัส 2201-2205), กรุงเทพฯ, สำนักพิมพ์เอมพันธ์, หน้า 2, 92-95.
79. อริสา วีรพัฒนกุล, 2552, การเปิดรับข่าวสารความรู้ ความตระหนักและการปฏิบัติตามกฎ
จรรยาของผู้ขับขี่ยานยนต์ส่วนบุคคลในกรุงเทพมหานคร , วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตร
มหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
หน้า 59-60.
80. กมล เครื่องนันทา, 2552, พฤติกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต่อการรับข่าวสาร
ผ่านสื่อออนไลน์ , การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขา วิชาบริหารธุรกิจ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, หน้า 108-110.
81. ธวัชชัย กลิ่นนาค, 2554, การศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารและความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสุราษฎร์ธานี ,
วิทยานิพนธ์ ปริญญา ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาครุศาสตร์เทคโนโลยี
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี,
หน้า 69-71.