



บรรณานุกรม

- กันยา สุวรรณแสง. (2540). *จิตวิทยาทั่วไป*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: รวมสาส์น.
- การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. (2558). *แผนพัฒนากำลังผลิตไฟฟ้าของประเทศไทย (PDP2015) 2558-2579*. นนทบุรี: การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย.
- การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. (2558). *รายงานประจำปี 2557*. นนทบุรี: การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย.
- การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. (2559). *ความต้องการพลังไฟฟ้าสูงสุด*. สืบค้นจาก http://www.egat.co.th/index.php?option=com_content&view=article&id=348&Itemid=116
- การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. (2560). *กำลังผลิตในระบบไฟฟ้า*. สืบค้นจาก http://www.egat.co.th/index.php?option=com_content&view=article&id=80&Itemid=116
- กัลป์กร วรกุลสถฐานีย์และพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. (2551). *การโฆษณาเบื้องต้น*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ขวัญเรือน กิตติวัฒน์. (2547). “แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร”. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร*. หน่วยที่ 1 หน้า 1-39 นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. สาขาวิชานิเทศศาสตร์.
- จำเนียร ช่วงโชติ. (2519). *จิตวิทยาการรับรู้และการเรียนรู้*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- จุฑารัตน์ กำเครื่อง. (2554). *โฆษณาบนขบวนเคียวทางสื่อโทรทัศน์ที่มีผลต่อการรับรู้และการตัดสินใจเลือกบริโภคของเด็กในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ชัยนันท์ นันทพันธ์. (2536). *ประชาสัมพันธ์ให้ได้ผล*. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็นยูเคชั่น.
- จิรวัดน์ นิเจนตร. (2528). *การศึกษากับการพัฒนาชุมชน*. กรุงเทพมหานคร: ภาคพัฒนาตำราและเอกสารวิชาการ. หน่วยศึกษานิเทศก์ กรมการฝึกหัดครู.
- ช่อม ประเสริฐกุล. (2533). *การวิเคราะห์เนื้อหาภาพยนตร์โฆษณาของไทย*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐพันธ์ เขจรนันท์. (2551). *พฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ดวงพร เวทไว. (2545). การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อโทรทัศน์ การเปิดรับโฆษณา และทัศนคติที่มีต่อโฆษณา (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต).

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

ดวงพร เวทไว. (2545). การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อโทรทัศน์ การเปิดรับโฆษณา และทัศนคติที่มีต่อโฆษณา (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต).

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2559). สรุปแนวโน้มเศรษฐกิจและเงินเฟ้อ. แนวโน้มเศรษฐกิจ เงินเฟ้อ และการดำเนินนโยบายการเงิน, น.2 สืบค้นจาก

https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/MonetPolicyCommittee/MPR/DocLib/Chapter1_March2559_BVS59.pdf

นภวรรณ ทรัพย์ยืนยง. (2546). ทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมของนักศึกษาอาชีวและเทคนิคศึกษาที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมการค้าด้านยาเสพติด (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, กรุงเทพมหานคร.

นวลศิริ เปาโรหิตย์. (2527). จิตวิทยาสังคมเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

นุชนาฏ รามเกียรติศักดิ์. (2548). ความรู้และความคิดเห็นของประชาชนต่อการโฆษณาเพื่อสังคมของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาโทศาสตร). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.

นุสรา บุรณะวงศ์. (2558). การรับรู้สื่อโฆษณาที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อแฮมพู (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.

บุญญา จันทรากุลพงษ์. (2542). อิทธิพลของสื่อโฆษณาในโรงภาพยนตร์ที่มีต่อทัศนคติต่อสื่อโฆษณาและพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

ประจวบ อินอ้อด. (2532). เขาประชาสัมพันธ์กันอย่างไร. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: มณฑนาสถาปัตย์.

ประมะ สตะเวทิน. (2540). หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์.

ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2520). ทัศนคติ การเปลี่ยนแปลง การวัดและพฤติกรรมอนามัย.

กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

- พิทักษ์ ชุมงคล. (2549) *กลยุทธ์และผลสัมฤทธิ์การวางชุมชนสัมพันธ์ของโรงไฟฟ้าราชบุรี* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- พนา ทองมีอาคม. (2547). “พฤติกรรมกรรมการสื่อสารในตลาด” ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาพฤติกรรม การสื่อสาร*. หน่วยที่ 12 หน้า 145-189 นนทบุรี. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. สาขาวิชานิติศาสตร์.
- พรณรงค์ พงษ์กลาง. (2551). *การเปิดรับ การรับรู้ และทัศนคติ ที่มีต่อโฆษณาก๊าซธรรมชาติ (NGV) ของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหา บัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- มัทนา พิมพ์โชติ. (2549). *การรับรู้และพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภคต่อการชมภาพยนตร์โฆษณา โออิชิกรีนที* (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพมหานคร.
- เยาวภา ปฐมศิริกุล. (2555). *เอกสารประกอบการสอน. วิชาพฤติกรรมผู้บริโภค. บริหารธุรกิจ*.
- รุ่งนภา พิตรปรีชา. (2546). “องค์ประกอบของการโฆษณา” ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาหลักการ โฆษณาและประชาสัมพันธ์*. หน่วยที่ 5 หน้า 148-237 นนทบุรี. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. สาขานิติศาสตร์.
- รัชนิกร สำราญรัตน์. (2553). *การจัดการชุมชนสัมพันธ์ของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- ลัดดา กิติวิภาค. (2532). *ทัศนคติทางสังคมเบื้องต้น*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.
- วิจิตร อาวะกุล. (2534). *การประชาสัมพันธ์ หลักและวิธีปฏิบัติ*. กรุงเทพมหานคร: วัฒนาพานิช.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2546). *การประชาสัมพันธ์แบบสมบูรณ์*. กรุงเทพมหานคร: คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- _____. (2546). “แนวคิด ความหมาย และความสำคัญของการโฆษณาประชาสัมพันธ์” ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาหลักการโฆษณาและประชาสัมพันธ์* หน่วยที่ 1 หน้า 1-40 นนทบุรี. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. สาขานิติศาสตร์.
- วีรพงษ์ พวงเล็ก. (2547). *การสำรวจทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อโฆษณา สินค้าแฝงในละครโทรทัศน์* (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

- ศุภนันท์ ทองคล้าย. (2551). *การรับรู้และการจดจำโฆษณาแฝงที่ปรากฏในภาพยนตร์ไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2540). *การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด*. กรุงเทพมหานคร: ดวงกมลสมัย.
- ศุภร เสรีรัตน์. (2544). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: เอ.อาร์ บีชีเนสเพรส.
- สุชาดา วิวัฒน์วิชา. (2544). *ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาอารมณ์ขัน* (วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- สุดาดวง เรืองรุจิระ. (2540). *หลักการตลาด*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ประกายพริก.
- สำนักงานเขตบางพลัด. (2560). *สถิติด้านการทะเบียนสำนักงานเขตบางพลัด*. สืบค้นจาก <http://www.bangkok.go.th/bangphlat/page/sub/2103/สถิติด้านการทะเบียน>
- ลิปพันธุ์ สาริณ. (2545). *กลยุทธ์สาร และการตอบสนองของผู้บริโภคต่อภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคม* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- สุพานี สฤษฏ์วานิช. (2549). *พฤติกรรมองค์การสมัยใหม่ แนวคิดและทฤษฎี*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุมาลี เล็กประยูร. (2556). *การวางแผนรณรงค์โฆษณา*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). ปทุมธานี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2540). *การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย*. กรุงเทพมหานคร: ชีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- _____. (2546). *หลักการโฆษณา*. กรุงเทพมหานคร: ชรรมสาร.
- สุวิมล มธูรส. (2556). *การรับรู้การโฆษณาธนาคารทางโทรทัศน์ของผู้บริโภคในประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรังสิต, นนทบุรี.
- สายพิณ สมาวรรตกุล. (2532). *หลักการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- หัสพร ทองแดง. (2555). *การรับรู้และทัศนคติที่มีต่อโฆษณาส่งเสริมสังคมทางสื่อโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- อเนก นาวิกมูล. (2543). *โฆษณาไทย*. กรุงเทพมหานคร: โнора.
- เอกกมล พวงเกษม. (2545). *ความเชื่อ ทัศนคติต่อโฆษณา และพฤติกรรมหลักเลียงโฆษณาของผู้บริโภคที่มีต่อโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อกระจายเสียง* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

Assael, H. (1998). Consumer perception. In Consumer behavior and marketing action. 6 th ed.

Ohio: International Thomson Publishing.

Chaplin, J. P. (1985). *Dictionary of psychology*. New York: Laurel.

Dallett, K. (1969). *Problems of psychology*. New York: John Wiley and Sons.

Huse, E. F., & Bowditch. (1977). *Behavior in organization: A system approach to managing*. 2nd ed. Sydney: Addison Wesley.

Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L. (2010). *Customer Behavior*. 10th ed. New Jersey: Prentice Hall.

Yamane, Taro. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis*, 2nd ed. New York: Harper and Row.

