



บรรณานุกรม

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

บรรณานุกรม

- กมล ชัยวัฒน์. (2561). การสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด. (เอกสารการสอน). พิมพ์ครั้งที่ 4.
นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2561). ข้อมูลกลางเพื่อการบริหารและใช้ประโยชน์
OTOP. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: www.logi.cdd.go.th/cddcenter/cdd_report. 24
กรกฎาคม 2562.
- เครือวัลย์ ชัยกุล. (2542). การโฆษณาและพฤติกรรมผู้บริโภค. ปทุมธานี : คณะวิทยาการจัดการ
สถาบันราชภัฏเพชรบุรีวิทยาลัย.
- จุมพล รอดคำดี. (2542). เอกสารประกอบการบรรยายการจัดรายการวิทยุชุมชนในการอบรม
นายสถานีวิทยุและนักจัดรายการ อ.ส.ม.ท. วันที่ 8 - 11 กรกฎาคม 2542. เอกสารโรเนียว.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2557). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 12.
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชนกพล ชัยรัตนศักดิ์ดา. (2557). ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย.
สารนิพนธ์นิพนธ์ น.ศ.ม. (การประชาสัมพันธ์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล และนิทัศน์ คณะวรรณ. (2545). เส้นทางการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 3.
กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชูสิทธิ์ ชูชาติ. (2544). อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. ใน โครงการตำราวิชาการเฉลิมพระเกียรติ
เนื่องในวโรกาสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเจริญพระชนมพรรษา. เชียงใหม่ :
สำนักงานการพิมพ์.
- เซาว์ โรจนแสง. (2561). เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 4.
นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ดวงพร อาภาศิลป์. (2559). กลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อส่งเสริมการตลาดในต่างจังหวัด 4 ภาค
ของประเทศไทย. กรุงเทพฯ : วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ดารา ทีปะปาล. (2553). การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์.
- ธนกฤต วันตะเมธ. (2557). การสื่อสารการตลาด Marketing Communications. กรุงเทพฯ :
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นันทิกา โอฐกรรม. (2559). บทบาทที่ชุมชนภายนอกคาดหวังต่อการจัดรายการของสถานีวิทยุชุมชน
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
(สกว).

- บำรุง สุขพรรณ. (2522). *วิทยุและโทรทัศน์ในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปนัดดา ชนสติดิ. (2559). *ข้อมูลการใช้การสื่อสารเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ*. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : www.elearning.psu.ac.th/courses/39/Chapter%207.pdf. 24 ตุลาคม 2562.
- ปรีชา พันธุ์แน่น. (2558). *การตลาดการ 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกริก.
- ปรีชา ศรีศักดิ์หิรัญ และกมล ชัยรัตน์. (2561). *เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสารการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 6. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ปรีชา ศรีศักดิ์หิรัญ. (2561). *เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 4. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ปานันท์ หงส์น้อย. (2556). *กลยุทธ์การสร้างตลาดของสถานีรูปแบบรายการเพลง เบงคอก เรดิโอ*. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (นิเทศศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปานันท์ หงส์น้อย. (2556). *กลยุทธ์การสร้างตลาดของสถานีรูปแบบรายการเพลง เบงคอก เรดิโอ*. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (นิเทศศาสตร์). กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เปรมินทร์ พุกยาทร. (2559). *บทบาทที่ชุมชนภายนอกคาดหวังต่อการจัดการของสถานีวิทยุชุมชนมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*. กรุงเทพฯ : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ภูริพัฒน์ แก้วดาธนวัดนา. (2561). *การใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจ* ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดชายทะเลภาคตะวันออก. วิทยานิพนธ์ ปรัช. (นิเทศศาสตร์นวัตกรรม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก.
- รติวัลย์ วัฒนสิน. (2555). *การส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่* : มุมมองของผู้บริโภคและผู้บริหาร. กรุงเทพฯ : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542*. กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊คส์.
- วิเชียร เลิศโกคานนท์ และรัชฎาพรเลิศ โกคานนท์. (2561). *เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 4. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

- ศูนย์ข้อมูลกลาง สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดจันทบุรี. (2561). ข้อมูลผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดจันทบุรี ปี 2557 - 2562. กรุงเทพฯ : มหาดไทย.
- ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย บมจ. (2562). พฤติกรรมผู้บริโภคในอาเซียน ตัวแปรสำคัญ ที่ SMEs ไทยควรรู้ ก่อนก้าวสู่ AEC. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : www.ksmecare.com/Article/82/24740/. 22 มีนาคม 2562.
- สมพล กุลดิยะรัตน์. (2553). วิทยุกระจายเสียงเพื่อพัฒนาท้องถิ่น : ศึกษาพฤติกรรม ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ของรายการพัฒนาชุมชน วิถีคนพอเพียงทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ความถี่ 819 KHz ระบบเอเอ็ม รายการเพื่อมหาดไทย. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- สมาคมผู้ประกอบการวิชาชีพวิทยุท้องถิ่นไทย. (2557). วิทยุชุมชนกับการประกอบธุรกิจสื่อ : แนวทางพึ่งพาตนเอง. (ออนไลน์). แหล่งที่มา www.prachatai.com/category. 23 เมษายน 2562.
- สายทิพย์ มนตรีกุล ณ อรุณยา. (2562). วิทยุไม่ตายแค่เปลี่ยนดีไวซ์. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : www.brandinside.asia.com. 28 พฤศจิกายน 2562.
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2560). คุณสมบัติ ผู้ทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงกิจการทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ : พญาไทการพิมพ์.
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ภาค 1. (2560). โครงการการพัฒนาทักษะการผลิตรายการวิทยุท้องถิ่นอย่างมีคุณภาพ และสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ : สำนักพัฒนาองค์กรวิชาชีพและส่งเสริมการบริการอย่างทั่วถึง.
- สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดพังงา. (2560). แนวทางการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน. (ออนไลน์). แหล่งที่มา www.phangnga.cdd.go.th/. 23 เมษายน 2562.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). รายงานมูลค่าการใช้จ่ายใช้สอยของตลาดเกษตรกร. กรุงเทพฯ : สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สุวิมล ตีรกันันท์. (2543). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ : อรุณการพิมพ์.
- สุวีณา คังโพธิ์สุวรรณ. (2561). เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 4. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). ครบเครื่องเรื่องสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : ออลบุ๊คส์พับลิชชิง จำกัด.
- _____. (2546). หลักการโฆษณา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ธรรมสาร.

- อภิขญา ญัฐพงศ์พฤทธิ. (2559). การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ ความน่าเชื่อถือ และพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (นิเทศศาสตร์ และนวัตกรรม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- อรรวรรณ ปิรันธน์โอวาท. (2554). การสื่อสารการมีส่วนร่วม และความพึงพอใจของประชาชน ในวิถุชุมชนจังหวัดอุบลราชธานีและจังหวัดระยอง. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- เอกรัตน์ ลตวรรณ. (2550). การใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานในการตลาดเพื่อโลกสีเขียว ของเดอะบอดีชีอป. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- Aaker, D.A. (1996). **Building Strong Brands**. New York : Free Press.
- Alice. (1996). "Gender, Internet Identification, and Internet Anxiety: Correlates of Internet use," **Cyber Psychology & Behavior**. 8 (4) : 118.
- Boone, L.E. and Kurtz, D.L. (1995). **Contemporary Marketing**. ed 8. Fort worth : Dryden Press.
- Draton, Bird. (2009). **Commonsense Direct Marketing**. 4th ed. New Jersey : Prentice Hall International, Inc.
- Duncan, T. (2008). **Principles of Advertising and IMC**. ed.2. New York : McGraw - Hill/Irwin.
- Hiebart, E.H. (1988). **Science and Media Awareness**. New York : Row Publisher.
- Kotler, P. (1997). **Marketing Management Analysis Planning, Implementation and Control**. New York : Prentice-hall.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (1997). **Marketing: an Introduction**. ed.4. New Jersey : Prentice - hall.
- Manning, G.L. and Reece, B.I. (1998). **Selling Today : Building Quality Partnership**. ed 7. New Jersey : Prentice-hall.
- Middleton, Victor, T.C. (1994). "Marketing Implications for Attractions," **Tourism Management**. 10 (3) : 229 - 232.
- Pickton, D. and Broderick, A. (2001). **Integrated Marketing Communications**. Harlow England : Pearson Education.