



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

บรรณานุกรม

- กมล ชัยวัฒน์. (2551). การสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด. (เอกสารประกอบการสอน). พิมพ์ครั้งที่ 4. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- _____. (2561). การสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด. (เอกสารประกอบการสอน). พิมพ์ครั้งที่ 4. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2540). สื่อมวลชนในปี 2000. กรุงเทพฯ : ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกรียงวัชร์ ชัยกุล. (2542). การโฆษณาและพฤติกรรมผู้บริโภค. ปทุมธานี : คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏเพชรบุรีวิทยาเขตกรณ.
- จเร เกื้อนพวงแก้ว. (2563). การใช้สื่อออนไลน์เพื่อการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดจันทบุรี. วิทยานิพนธ์ นศ.ม (การจัดการการสื่อสาร). จันทบุรี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- จุฑามาศ อินทร์จันทร์. (2563). การใช้วิทยุธุรกิจขนาดเล็กเพื่อส่งเสริมการตลาดของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดจันทบุรี. วิทยานิพนธ์ นศ.ม (การจัดการการสื่อสาร). จันทบุรี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2557). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชนกพล ชัยรัตนศักดิ์ดา. (2557). ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย. การศึกษาค้นคว้าอิสระ นศ.ม. (การประชาสัมพันธ์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ชนุดพร ศิริผล. (2560). การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้าคลินิกเสริมความงามระดับชาติในจังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). นครราชสีมา : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
- ชาน ลี จิน และพรดี จันท์เวชสมาน. (2554). “หาหมอกูเกิลดีไหม อินเทอร์เน็ตทางเลือกใหม่ ในการเข้าถึงข้อมูลด้านสุขภาพ แต่ก็ต้องรู้จักใช้อย่างชาญฉลาด,” *Reder's Digest* **สรสาระ**. 2 (11) : 85 - 92.
- ฐิติกร ชูชาติ. (2544). อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. ใน โครงการตำราวิชาการเฉลิมพระเกียรติ เนื่องในวโรกาสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเจริญพระชนมพรรษา. เชียงใหม่ : สำนักพิมพ์.

เซาว์ โรจน์แสง. (2561). การสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด. (เอกสารการสอน). พิมพ์ครั้งที่ 4.

นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช.

ญาณกาญจน์ นัยบุญแก้ว. (2560). พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) หรือ

อี-คอมเมิร์ซ (e-Commerce). เอกสารวิชาการกลุ่มงานคณะกรรมการการพาณิชย์

และทรัพย์สินทางปัญญา สำนักกรรมการ1. กรุงเทพฯ : สำนักงานเลขาธิการ

สภาผู้แทนราษฎร.

ณฐมน แก้วพิบูล. (2557). รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มผู้ฟัง รูปแบบการสื่อสารการตลาด

ผ่านช่องทางสื่อใหม่ของสถานีวิทยุชุมชนเชิงพาณิชย์. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (การสื่อสาร

การตลาด). เชียงราย : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

ดารา ทีปะปาล. (2553). การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์.

ทิพวัลย์ ชันธมะ. (2554). วิเคราะห์หนังสือบันเทิงคดีสำหรับเด็กก่อนวัยรุ่นที่ได้รับรางวัล

ในการประกวดหนังสือในงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ ตั้งแต่ปี 2521 - 2544.

ปริญญาณิพนธ์ อ.ม. (บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์). กรุงเทพฯ :

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นรกฤต วันตะเมลล์. (2555). การสื่อสารการตลาด Marketing Communications. พิมพ์ครั้งที่ 2.

กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

บำรุง สุขพรรณ. (2522). วิทยุและโทรทัศน์ในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปรีชา ศรีศักดิ์หิรัญ และกมล ชัยรัตน์. (2561). การสื่อสารการตลาด. (เอกสารการสอน)

พิมพ์ครั้งที่ 4. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช.

ปรีชา ศรีศักดิ์หิรัญ. (2561). การสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด. (เอกสารการสอน).

พิมพ์ครั้งที่ 4. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช.

ปิยฉัตร ส้อมชวกร. (2550). การวิเคราะห์ผู้บริโภค. (ออนไลน์). แหล่งที่มา :

[http://www.stou.ac.th/Schools/Sca/upload/16426\(8\).txt](http://www.stou.ac.th/Schools/Sca/upload/16426(8).txt). 28 เมษายน 2564.

พรพิไล เลิศวิชา. (2544). มัลติมีเดียกับโรงเรียนในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ : ศูนย์เทคโนโลยี

อิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ.

ภูริพัฒน์ แก้วตาธนาวัฒนา. (2561). การใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรม

การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดชายทะเลภาคตะวันออก. คุุณภูิบัณฑิต ปร.ด. (นิเทศศาสตร์

นวัตกรรม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีเกริก.

- รติวัลย์ รัตนสิน. (2555). “การส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ : มุมมองของผู้บริโภคและผู้บริหาร,” วารสารวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. 8 (2) : 153 - 173.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊คส์.
- รุ่งทิวา ดุลยะสิทธิ์. (2558). เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อระบบหล่อลื่นอัตโนมัติ ยี่ห้อ LUBE ของกลุ่มบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ : กรณีศึกษาบริษัท A ในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ชลบุรี. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การบริหารการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน). ชลบุรี : บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วารสารวิชาการ กสทท. (2561). กิจกรรมวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย อดีต ปัจจุบัน และแนวทางการพัฒนาในอนาคต. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://www.tci-thaijo.org>. 15 มิถุนายน 2564.
- วิเชียร เลิศโกคานนท์ และรัชฎาพร เลิศโกคานนท์. (2561). การสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด. (เอกสารการสอน). พิมพ์ครั้งที่ 4. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจือวงศ์. (2557). “การปรับตัวของรายการโทรทัศน์กับพฤติกรรมผู้บริโภครับสื่อหลายหน้าจอ,” วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ. 9 (2) : 113 - 114.
- เศรษฐพงษ์ มะลิสวรรณ. (2553). เครือข่ายสังคม (Social Networking). (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://vcharkarn.com/varticle/40698>. 17 เมษายน 2564.
- สมาคมผู้ประกอบการวิชาชีพวิทยุท้องถิ่นไทย. (2557). วิทยุชุมชนกับการประกอบธุรกิจสื่อ : แนวทางพึ่งพาตนเอง. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : www.prachatai.com/category. 23 เมษายน 2564.
- สายทิพย์ มนตรีกุล ณ อุทยาน. (2562). วิทยุไม่ตายแค่เปลี่ยนดีไวส์. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : www.brandinside.asia.com. 25 เมษายน 2564.
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2560). คุณสมบัติ ผู้ทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงกิจการทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ : พญาไทการพิมพ์.
- _____. (2563). โครงการการพัฒนาทักษะการผลิตรายการวิทยุท้องถิ่นอย่างมีคุณภาพและสร้างสรรค์. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : https://broadcast.nbtc.go.th/radio-radio_test-radio_allow. 15 พฤษภาคม 2564.
- สุมน อยู่สิน. (2557). การบริหารวิทยุกระจายเสียงเพื่อบริการสาธารณะ. (เอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารงานวิทยุกระจายเสียง หน่วยที่ 1 - 8). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์สุโขทัยธรรมมาธิราช.

สุรางคณา วายุภาพ. (2557). ผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2557.

(ออนไลน์). แหล่งที่มา : <https://www.thumbsup.in.th/thailand-internet-user-profile-2014>.

18 มีนาคม 2564.

สุวิมล ศิริยานันท์. (2543). การสร้างเครื่องมือวัดตัวแปรในการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุวีณา ตั้งโพธิ์สุวรรณ. (2561). การสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด. (เอกสารการสอน).

พิมพ์ครั้งที่ 4. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). ครบเครื่องเรื่องสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : ออลบุ๊กส์พับลิชชิง จำกัด.

_____. (2546). หลักการโฆษณา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ธรรมสาร.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2544). ระบบวิทยุและโทรทัศน์ โครงสร้างเศรษฐกิจการเมืองและผลกระทบต่อสิทธิเสรีภาพ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เอกรัตน์ ตววรรณ. (2550). การใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานในการตลาดเพื่อโลกสีเขียวของเดอะบอดีช็อป. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

Aaker, D.A. (1996). **Building Strong Brands**. New York : Free Press.

Bilgihan, A., and Bujisic, M. (2015). "The Effect of Website Features in Online Relationship Marketing: A Case of Online Hotel Booking," **Electronic Commerce Research and Applications**. 14 (4) : 43.

Boone, L.E. and Kurtz, D.L. (1995). **Contemporary Marketing**. Ed 8. Fortworth : Dryden Press.

Drayton Bird. (2009). **Commonsense Direct Marketing**. 4 th ed. New Jersey : Prentice Hall International, Inc.

Duncan, T. (2008). **Principles of Advertising and IMC**. ed.2. New York : McGraw - Hill/Irwin.

Ellsworth, J.H. (1995). **Marketing on the internet : Multimedia Strategy for the World Wide Web**. USA : John Wiley & Son.

Hiebert, E.H. (1988). **Science and Media Awareness**. New York : Row Publisher.

Kord. (2011). **Borrowing Brilliance : the Six Steps to Business Innovation by Building on the Ideas of Others**. New York, N.Y. : Gotham.

Kotler Philip and Armstrong Gary. (1997). **Marketing an Introduction**. 4th eds. New Jersey : Prentice Hall International, Inc.

- Kotler, P. and Keller, K. (2009). **Marketing Management**. 13th ed. New Jersey : Pearson
Prentice Hall.
- Kotler. (1997). **Marketing Management Analysis Planning Implementation and Control**.
New York : 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) : 18 - 35.
- Milne, A. and Mason, D. (2000). “**Tourism, Web - raising and Community Development**,”
New York : Prentice - hall.
- Pickton, D. and Broderick, A. (2001). **Integrated Marketing Communications**. Harlow England :
Pearson Education.
- Pickton, D and Broderick, A. (2005). **Integrated Marketing Communications**. 2nd eds.
London : FT Prentice Hall.
- The Tourism e-Kit. (2010). **Adoption of Web 2.0 by Tourism Businesses in NSW**. Sydney :
Tourism New South Wales.