

บรรณานุกรม



## บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ (2547) *สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา* พิมพ์ครั้งที่ 4  
กรุงเทพมหานคร แบรินด์เอจ
- กิตติ สีนโพธิ์ (2551) “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้สื่อโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงของผู้ประกอบการธุรกิจในพื้นที่อำเภอฝาง อำเภอแม่ฮาด และอำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
- เกรียงไกร นาควะวี (2543) “การควบคุมกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ในประเทศไทย ศึกษาเฉพาะกรณีรูปแบบขององค์กรและอำนาจหน้าที่” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ขวัญเรือน กิติวัฒน์ (2526) “วิทยุกระจายเสียงไทยในวิวัฒนาการสื่อสารมวลชนไทย” *เอกสารประกอบการประชุมวิชาการเนื่องในโอกาสปีการสื่อสารโลก คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย* (16 กุมภาพันธ์ 2526)
- ชัยวัฒน์ ทับเพชร (2548) ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงานวิทยุ: กรณีการบริหารรายการวิทยุในรูปแบบ Format Station โดยการศึกษาเปรียบเทียบ 3 บริษัทใหญ่ ได้แก่ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) บริษัท สกาย-ไอเน็ตเวิร์ค และกลุ่มบริษัท คลิก เอดีโอ จำกัด
- ช้าน้อย กุญชร ณ อยุธยา (2547) “กระบวนการบริหารงานของบริษัท คลิก เอนเทอร์เทนเมนท์ จำกัด” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ณรงค์ ชื่นนิรันดร์ (ผู้สื่อข่าว 8 ว. ส่วนข่าวและรายการภูมิภาค สำนักประชาสัมพันธ์เขต 6 :27 เมษายน 2549)
- ตศณ หาญศิริสกุล (2550) “ประสิทธิภาพการบริหารการตลาดของสถานีวิทยุกระจายเสียงในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- ธีราวดี ธนะรังสฤษฎ์ (2547) “รูปแบบการบริหารการจัดผังรายการเพื่อการศึกษาของสถานีวิทยุศึกษากระทรวงศึกษาธิการ” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- เนาวรัตน์ วิริยะเวสหมักกุล (2540) “การวิเคราะห์โครงสร้างธุรกิจสื่อวิทยุกระจายเสียงของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด (มหาชน)” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- ประภากร ดลกิจ (2544) “การวิเคราะห์การจัดรายการวิทยุชุมชนสร้างสรรค์จันทร์” วิทยานิพนธ์  
ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พรรณนิภา เดชพล (2547) *การผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงเพื่อการประชาสัมพันธ์* วิทยานิพนธ์  
สถาบันราชภัฏเทพสตรี
- พาวิไล พิมพ์สาดี (2544) “ความต้องการฟังรายการวิทยุกระจายเสียงระบบเอฟ เอ็ม ของนักศึกษา  
การศึกษานอกโรงเรียน จังหวัดกาฬสินธุ์” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วรพล พรหมิกบุตร (2538) *เรดิโอ 2000* กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์มติชน
- วิภูสนา เทศวินาศ (2549) “กลยุทธ์การบริหารคลื่นวิทยุที่ได้รับสัมปทานของภาคเอกชน:  
กรณีศึกษาธุรกิจสื่อวิทยุประเภทบันเทิง” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- วิรัช ลภีรัตนกุล (2540) *การประชาสัมพันธ์* พิมพ์ครั้งที่ 8 กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2540) *การโฆษณาและส่งเสริมการตลาด* กรุงเทพมหานคร เอช เอ็น
- สมพงษ์ บัดตานี (2542) “การพัฒนาระบบธุรกิจให้เข้าเวลาของสถานีวิทยุกระจายเสียง ศึกษาเฉพาะ  
กรณีสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดศรีสะเกษ” วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- สมเกียรติ อ่อนนิมิต (2541) “การจัดสรรคลื่นความถี่วิทยุ โทรทัศน์ และ โทรคมนาคม” ใน *รวม  
สารรัฐธรรมนุญฉบับประชาชน* กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์มติชน
- สมควรร กวียะ (2540) *สื่อมวลชนคลีชีวิต* กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์แก้วน้ำ
- สรารุช นิติวัดนะ (2543) “การศึกษาความคิดเห็นของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคามที่  
มีต่อรายการวิทยุกระจายเสียงระบบ F.M.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (2549) *หลักการสื่อสารมวลชน* พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัย  
ราชภัฏสวนสุนันทา
- สุรินทร์ แปลงประสบโชค (2533) *วิทยุกระจายเสียงวันนี้* กรุงเทพมหานคร กรมประชาสัมพันธ์
- เสวี วงษ์มณฑา (2540) *ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด* กรุงเทพมหานคร วิถีชีวิตพัฒนา
- อรวรรณ ปิณฑน์โอวาท (2544) “การสื่อสาร การมีส่วนร่วม และความพึงพอใจของประชาชนใน  
วิทยุชุมชนจังหวัดอุบลราชธานีและจังหวัดระยอง” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- อัจจิมา เศรษฐบุตร และสายสวรรค์ วัฒนพานิช (2549) *การบริหารการตลาด พิมพ์ครั้งที่ 12*  
กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อานุกาฬ มาผา (2552) “การตัดสินใจของผู้ฟังที่มีต่อการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจ  
วิทยุกระจายเสียงในเขตจังหวัดนครสวรรค์” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร  
มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2542) *ระบบวิทยุและโทรทัศน์ไทย โครงสร้างทางเศรษฐกิจการเมืองและ  
ผลกระทบต่อสิทธิเสรีภาพ* กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และคณะ. *บทบาทของรัฐในด้านสื่อสารมวลชน กรุงเทพมหานคร  
สำนักพิมพ์นิติธรรม*
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (1998). *Advertising and promotion: an integrate marketing  
communications perspective*. (4<sup>th</sup> ed.). Irwin: McGraw-Hill.
- Etzel, M. J., Walker, 8. J., & Stanton, W. J.(1997). *Marketing*. New York: McGraw-Hill.
- <http://www.aircadetwing.com>
- <http://www.dboxsuratthani.com>
- <http://www.headmediathailand.com>
- <http://www.hq.nasa.gov>
- <http://www.idis.ru.ac.th>
- <http://www.iimc.co.th>
- [http://www.lpru.ac.th/webpage\\_tec/sunisa/download/ebook.doc](http://www.lpru.ac.th/webpage_tec/sunisa/download/ebook.doc)
- <http://www.positioningmag.com>
- <http://www.strategyletter.com>
- <http://www.tobebos.com>
- Kotler, Philip. (1997). *Marketing management: analysis, planning, implementation and control*.  
(9<sup>th</sup> ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- \_\_\_\_\_. (2003). *Marketing management*. New Jersey: Pearson.
- Mark, W. H. (2007). Fixed setting AMIFM radio system for broadcast promotion [Online].  
Available: <http://www.patentstorm.uslpatents17162208.html>. (2007 January 9)
- Schultz, D. E., 8, Beth, E. 8. (1995). *Strategic advertising campaigns* (4<sup>th</sup> ed.). Illinois: NTC  
Group.

Stanton, W. J, 8 Futrell, C. (1997). *Fundamentals of marketing* (12th ed.) New York: McGraw-Hill.

