

## บรรณานุกรม

### หนังสือและบทความในหนังสือ

กาญจนา แก้วเทพ. สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: เลิฟ แอนด์ ลิฟ, 2547.

เคนอิชิ โอมาเนะ. แผนสู่ความสำเร็จของนักวางกลยุทธ์. แปลโดย พิเชิต สุขเจริญพงษ์. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด, 2538.

ชาญนริศ บุญพารอด. “การบริหารงานการตลาดและส่งเสริมการขายหนังสือพิมพ์.” ใน เอกสารชุดวิชาการบริหารงานหนังสือพิมพ์. หน่วยที่ 8-15. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2534.

ธงชัย สันติวงศ์. การตลาดสำหรับนักบริหาร. กรุงเทพมหานคร: บริษัท โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, 2538.

บุญเกียรติ โชควัฒนา และ สุวัฒน์ ทองธนากุล. อีโวกการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: แมเนเจอร์มีเดียกรุ๊ป, 2547.

พรทิพย์ วรภิโจคาทร. “หลักและทฤษฎีการสื่อสาร : ผู้รับสาร.” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาสื่อสารเพื่อการพัฒนา. หน่วยที่ 1-8. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529.

พีระ จิระโสภณ. “การเลือกสรรแสวงหาในข่าวสาร.” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. หน่วยที่ 11. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2533.

พีระ จิระโสภณ. หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2531.

ระวีวรรณ ประกอบผล. นิตยสารไทย. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

วานิช พูลวังกาญจน์. เทคนิคการจัดทำนิตยสารสมัยใหม่. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์  
จักรกาญจน์, 2529.

สมชาย ภคภาสนีวิวัฒน์. กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มติชน,  
2541.

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย, 2533.

### **บทความ**

“จำนวนผู้อ่านนิตยสาร,” ผู้จัดการรายสัปดาห์ (18-24 ธันวาคม 2549):4.

### **วิทยานิพนธ์**

กชกร แสนจิตร. “ความพึงพอใจและการนำไปใช้ประโยชน์ของนิตยสาร CLEO: ศึกษาเฉพาะ  
เนื้อหาและองค์ประกอบที่ใช้ในการจัดหน้า.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต  
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.

กัลยกร นรภัทรทวีพร. “พฤติกรรมกรรมการอ่านและการใช้ประโยชน์จากนิตยสารผู้หญิงของนักศึกษา  
ปริญญาโทหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต  
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548.

ทิพย์วรรณ แสงวงศ์. “การวิเคราะห์เนื้อหา ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากนิตยสาร.”  
วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัย  
ธรรมศาสตร์, 2546.

ไปรยา ต้นติวงศ์. “กลยุทธ์การแข่งขันของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์และเดอะเนชั่น  
ผ่านการจัดทำนิตยสารแทรก Real Time และ Weekend กับการใช้ประโยชน์  
และความพอใจของผู้รับสาร.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

สมชาติ ยรรยงสติมัน. “พฤติกรรมกำรเปิดรับความพึงพอใจและการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้อ่าน นิตยสารผู้ชาย กรณีสึกษา นิตยสาร GM นิตยสาร BOSS นิตยสาร Esquire.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารและสื่อมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.

### เอกสารอื่น ๆ

บริษัทวิจัย AC Nielsen เดือนเมษายน-เดือนธันวาคม 2549

### สัมภาษณ์

กฤตยชญ์ ไร่เรือง. “การวิเคราะห์เนื้อหา ความคิดเห็น และการใช้ประโยชน์จากนิตยสาร FLASH mag. ของผู้หญิงทำงาน.” รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549.

กฤตยชญ์ ไร่เรือง. บรรณาธิการบริหารนิตยสารเล่มแรก FLASH mag. สัมภาษณ์, 10 เมษายน 2550.

สุวัฒน์ ทองธนากุล. บรรณาธิการบริหารหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์. สัมภาษณ์, 10 เมษายน 2550.

### Books

Katz, Elihu; Blumler, Jay G.; and Gurevitch, Michael. “Utilization of Mass Communication by the individual.” In The Use of Mass Communication: Current Perspectives on Gratifications Research. Beverly Hills: Sage Publication, 1974.

McComb, Maxwell E., and Becker, Lee B. Using Mass Communication Theory. Engle Wood Cliffs New Jersey: Prince Hall, 1979.

Duval, Shelley, and Shelley, Robert A. A theory of objective self awareness. New York, Academic Press, 1972), p. 84.

Ernest, James McCormick, and Ilgen, Daniel R. Industrial psychology. Englewood Cliffs, N.J., Prentice-Hall, 1980), p. 306.

Oskamp, Stuart. Applied social psychology. Englewood Cliffs, N.J., Prentice-Hall, 1984.