

## บรรณานุกรม

- ชิตชนด อุทัยกร. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของกลุ่มวณิชชนากรต่อข่าวสาร เพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2539.
- ชิบ จิตนิยม. ความต้องการข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของกลุ่มประชาชน ผู้ใช้บริการเคเบิลทีวี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2534.
- ทิพย์พาพร มหาสินไพศาล. ความคิดเห็นพฤติกรรมการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อระบบสื่อสารทางโทรสารของหน่วยงานธุรกิจ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2534.
- ธนิยา โปธานนท์. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของพนักงานบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน). จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2539.
- พีระ จิระโสภณ. หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช , 2538.
- เรืองศิลป์ แก้วคอนรี. ความต้องการข่าวสารความคาดหวังและความพึงพอใจที่ได้รับข่าวสาร เรื่องการประกันสังคมของผู้ประกันคนในเขตจังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2539.
- ลีนา ลิ้มอภิชาติ. ความคาดหวังและความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหงของนักศึกษาและบุคลากร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2537.
- วิเชียร เกตุสิงห์. คู่มือการวิจัยเชิงปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 2 , มปท , 2537.
- วิดา เกียวกุล. การศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2538.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พิมพ์ครั้งที่ 9 , 2544.

- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534. (อัครา)
- ประมะ สตะเวทิน. การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี. กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์, 2539.
- สุจิตรา เปลี่ยนรุ่ง. พฤติกรรมกรเปิดรับฟังความคาดหวังและความพึงพอใจของนิสิต  
นักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อสถานีวิทยุจุฬา.  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- ปรียานุช เจียบทับทักษิณ. ทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากการขายตรงทางสื่อโทรทัศน์  
ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต  
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2543.
- ปีทมาวรณ รุ่งศิริวงศ์. ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อโฆษณาเพื่อการตอบกลับโดยตรงทางโทรทัศน์.  
วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- พรชัย ปิยะเกสิน. ทัศนคติของผู้บริโภคเครื่องสำอางค์ในเขตกรุงเทพมหานคร.  
วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527.
- มาลินี มีลาภสม. การเปิดรับ ความเข้าใจ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากข่าวพยากรณ์อากาศ  
ของผู้ประกอบอาชีพประมงในชุมชนบ้านแหลมหินและชุมชนบ้านสลักเพชร จังหวัดตราด.  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.
- วัชรียา อานามวัฒน์. พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อโทรทัศน์เพื่อการใช้ประโยชน์และการตอบสนอง  
ความต้องการ ศึกษาเฉพาะรายการธรรมะพระพยอมกับนักเรียนมัธยมศึกษา ในเขต  
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533.
- ชาญชัย บุญช่วย. การศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อโฆษณาสินค้าขายตรงแบบตอบสนองทันทีผ่านสื่อ  
โทรทัศน์ และพฤติกรรมกรซื้อของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร.  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.

ภาษาอังกฤษ

- Katz , E. , Blumler , J.G. , and Grenvitch , M. (1983) quoted in “ An Expectancy – Value Approach to Media Gratifications”. By Palmagreen and Rayburn II. In Media Gratifications Research : Current Perspectives Edited by Karl Erik Rosengren , Lawrence A. Wenner and Philip Palmgreen. Beverly Hills : Sage , 1985.
- Mccombs , Maxwell E. and Becker , Lee B. Using Masscommunication Theory , 1979.
- Rosengren , Karl Erik. “Uses and Gratifications : A Paradigm Outlined” In The Uses of Mass Communications : Currentperspectives on Gratifications Research , Edited by J.G. Blumler and E. Katz. Beverly Hill Sage , 1974.
- Palmagreen , P., Wenner , L.A. , and Rayburn , J.D. “ Gratification Discrepancies and News Program Choice” Communication Research 8 , 1981.
- Willbur Schramm , Studies of Innovation and Communication to the Public. California : Stanford University Institute for Communication Research , 1962.
- Martin Barrier, Henry R. Hoke Jr., and Robert Stone, Direct Marketing, October 2000, p. 3