

บรรณานุกรม

- กฤษฎารัตน์ วัฒนสุวรรณ. (2547). การโฆษณาและองค์การเพื่อการโฆษณา. เอกสารการสอน
ชุดวิชา การส่งเสริมการตลาด หน่วยที่ 1-7 (พิมพ์ครั้งที่ 13). นนทบุรี:
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2545). การใช้ SPSS for Window ในการวิเคราะห์ข้อมูล
(พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- การปกครอง, กรม. (2552, ธันวาคม 4). ข้อมูลจำนวนประชากร [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:
http://www.dopa.go.th/upstat_m.htm.
- กิ่งพร ทองใบ. (2547) ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด. เอกสารการสอนชุดวิชา
การส่งเสริมการตลาด หน่วยที่ 1-7 (พิมพ์ครั้งที่ 13). นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- กิตติ ภัคดีวัฒนกุล, และทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ. (2547). คัมภีร์การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.
กรุงเทพฯ: เคทีพี คอมพ์ แอนด์ คอนซัลท์.
- คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, สำนักงาน. (2550, พฤษภาคม 4). วิทยุชุมชน.
[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: http://www.ntc.or.th/index.php?option=com_content&task=category§ionid=6&id=14&Itemid=34.
- จังหวัดนครสวรรค์, สำนักงาน. (2551, พฤศจิกายน 4). ผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด.
[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://61.19.192.250/nsinfo/Economic/eco13.asp>.
- _____ (2552, พฤษภาคม 14). ข้อมูลทั่วไปจังหวัดนครสวรรค์ [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:
<http://61.19.192.250/nsinfo/generaldata/gdata7.asp>.
- ชลาลัย นาควิลัย. (2545). สถานภาพการวางแผนสื่อโฆษณากับแนวคิดการสื่อสาร
การตลาดแบบผสมผสาน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2541). หลักและวิธีการสำหรับนักวิจัย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2546). การตลาดธุรกิจบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เอ็กเซเปอร์เน็ท.
- ณรงค์ สมพงษ์. (2543). สื่อมวลชนเพื่องานส่งเสริม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท, สุณี เลิศแสงกิจ, และวินัส อัครวิสิทธิ์ถาวร. (2542). การบริหารโฆษณา
ธุรกิจ (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : ว่างอักษร.
- ชานินทร์ ศิลปจารุ. (2549). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS (พิมพ์ครั้งที่ 5).
กรุงเทพฯ : วี อินเตอร์ พรินท์.
- ประภาภร ดลกิจ. (2544). การวิเคราะห์การจัดการรายการวิทยุชุมชน "สร้างสรรค์
จันทบุรี". วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ปรีชา ศรีหิรัญ. (2545). การขายโดยบุคคล. กรุงเทพฯ : สายธาร.
- พรรณนิภา เดชพล. (2547). การผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงเพื่อการประชาสัมพันธ์. ลพบุรี: สถาบันราชภัฏเทพสตรี.
- พาวิไล พิมพ์สวัสดิ์. (2544). ความต้องการฟังรายการวิทยุกระจายเสียงระบบเอฟ เอ็มของ นักศึกษาการศึกษานอกโรงเรียน จังหวัดกาฬสินธุ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิษณุ จงสถิตย์วัฒนา. (2542). การบริหารการตลาด การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า และการตัดสินใจ (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ยุทธ ไกยวรรณ. (2545). พื้นฐานการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- แรงงาน, กระทรวง. (2550, สิงหาคม 6). นักจัดรายการวิทยุ [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: http://www.doe.go.th/vq/group_4/job4005.htm.
- รจนา ไชยนิรันดร์กุล. (2542). การใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์เพื่อสนองตอบ ความต้องการข่าวสารของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิทยา ด้านธำรงกุล. (2547). กระบวนการประชาสัมพันธ์. เอกสารการสอนชุดวิชา การส่งเสริมการตลาด หน่วยที่ 8-15 (พิมพ์ครั้งที่13). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วิฑูรย์ รุ่งเรืองผล. (2546). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิไล ทองแผ่. (2542). ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการวิจัย. ลพบุรี: สถาบันราชภัฏเทพสตรี.
- ศิเกษก บันลือฤทธิ์. (2543). เทคโนโลยีการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏธนบุรี.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2540). การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ: เอช เอ็น.
- _____. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์พัฒนา.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2548). การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ: ท้อป.
- สมพงษ์ ปัดตานี. (2542). การพัฒนาระบบธุรกิจให้ใช้เวลาของสถานีวิทยุกระจายเสียง : ศึกษาเฉพาะกรณีสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดศรีสะเกษ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สราวุธ นิตวิวัฒน์. (2543). การศึกษาความคิดเห็นของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคามที่มีต่อรายการวิทยุกระจายเสียงระบบ FM. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุชิน นะดาป้า. (2541). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : พิสิทธ์เซ็นเตอร์.
- สุบัญญัติ ไชยชาญ. (2542). หลักการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: พี เอ ลีฟวิ่ง.
- สุสิทธิ์ วิทยารัฐ. (2549). หลักการสื่อสารมวลชน (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

- สุรินทร์ แปลงประสบโชค. (2533). *วิทยุกระจายเสียงวันนี้*. กรุงเทพฯ: กรมประชาสัมพันธ์.
- สุวีย์ ศิริโกคาภิรมย์. (2540). *วิธีวิจัยทางธุรกิจ (พิมพ์ครั้งที่3)*. ลพบุรี: สถาบันราชภัฏเทพสตรี.
- สุวิมล แม้นจริง. (2545). *การส่งเสริมการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: เอช. เอ็น. กรุ๊ป.
- _____. (2546). *การจัดการการตลาด*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ด.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2540). *ครบเครื่องเรื่องการค้าการตลาด*. กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์พัฒนา.
- _____. (2541). *การส่งเสริมการขาย*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- โสภาพร กล้าสกุล. (2545). *เอกสารประกอบการสอนรายวิชาหลักการสื่อสารมวลชน*. เพชรบุรี: สถาบันราชภัฏเพชรบุรี.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). *การบริหารการตลาด กลยุทธ์และยุทธวิธี (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- _____, และดลยา จาตุรงค์กุล. (2546). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรชร มณีสงฆ์. (2546). *การตลาดทางตรง*. เชียงใหม่: ดวงกมลเชียงใหม่กรุ๊ป.
- อรวรรณ ปิรันชนโอวาท. (2544). *การสื่อสาร การมีส่วนร่วม และความพึงพอใจของประชาชนในวิทยุชุมชนจังหวัดอุบลราชธานีและจังหวัดระยอง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัจฉิมา เศรษฐบุตร, และสายสวรรค์ วัฒนพานิช. (2549). *การบริหารการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 12)*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เอกกมล พวงเกษม. (2545). *ความเชื่อทัศนคติต่อโฆษณา และพฤติกรรมการหลีกเลี่ยงโฆษณาของผู้บริโภค ที่มีต่อโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อกระจายเสียง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (1998). *Advertising and promotion: an integrate marketing communications perspective*. (4th ed.). Irwin: McGraw-Hill.
- Dale, M. L. (1996). *Marketing management*. New York: Dryden Press.
- Dave, C. (2002). *E-business and E-commerce management*. England: Pearson
- Etzel, M. J., Walker, B. J., & Stanton, W. J. (1997). *Marketing*. New York: McGraw-Hill.
- Gary, P. S. (2002). *Electronic commerce (3rd ed.)*. Canada: Thomson Learning.
- Jean, L. C. (2000). *Trust and risk in internet commerce*. England: MIT Press.
- Joseph P. V. (1997). Taking advantage of barter in radio. *Journal of services marketing* [Online]. Available: <http://emeraldinsight.com/Insight/viewContentItem.do?content Type=Article&hdAction=lnkhtml&contentId=855785&history=false>.

- Kotler, Philip. (1997). **Marketing management: analysis, planning, implementation and control** (9th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- _____. (2003). **Marketing management** (11th ed.). New Jersey: Pearson.
- Mark, W. H. (2007 January 9). **Fixed setting AM/FM radio system for broadcast promotion** [Online]. Available: <http://www.patentstorm.us/patents/7162208.html>.
- McCarthy, E. J., & Perreault, W. D. Jr. (1990). **Basic marketing : a managerial approach**. (10th ed.). Homewood, Illinois: Van Hoffman Press.
- Payne, A. (1993). **The essence of service marketing**. New Jersey: Prentice Hall.
- Peter, R. D. (1994). **Marketing management**. New York: Dryden Press.
- Robert, C. P. (1996). **Sale and sale management**. New Jersey: Prentice Hall.
- Schultz, D. E., & Beth, E. B. (1995). **Strategic advertising campaigns** (4th ed.). Illinois: NTC Group.
- Stanton, W. J., & Futrell, C. (1997). **Fundamentals of marketing** (12th ed.). New York: McGraw-Hill.