

## บรรณานุกรม

- กนกพร ต้นดีเสาวภาพ. การวัดประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานในธุรกิจบริการ. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544. ถ่ายเอกสาร.
- กองทุนไทย. ไทยเอ็นจีโอ สื่อทางเลือกเพื่องานพัฒนา. 2549. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก HTTP : <http://www.thaingo.org/> [6 มีนาคม 2549]
- ไกรฤทธิ บุญเกียรติ. “การจัดการการส่งเสริมการตลาด : การโฆษณา การส่งเสริม การขาย และการประชาสัมพันธ์,” การจัดการการตลาด Marketing Management. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2544.
- โกศล สงเนียม. การบริหารรายการโทรทัศน์เชิงยุทธ์ ศึกษาเฉพาะกรณี : สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท. วิทยานิพนธ์ ว.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546. ถ่ายเอกสาร.
- จันทร์ฉาย เตมิยาคาร. การผลิตรายการโทรทัศน์. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2532.
- จันทร์เพ็ญ ตูเทศานันท์. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการดำเนินงานของสถานธนาภูบาลเทศบาลในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ สศ.ม. : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542. ถ่ายเอกสาร.
- จารุวรรณ นิลน้อย และคณะ. บทบาทของสื่อมวลชนที่มีต่อนักศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม. วิทยานิพนธ์ ค.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, 2547. ถ่ายเอกสาร.
- จิราภรณ์ พินนาพิเชษฐ. การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรเพื่อเพิ่มสมาชิกในเขตเทศบาลนครขอนแก่นของบริษัท ขอนแก่นเคเบิ้ล เน็ตเวิร์ค จำกัด (เคทีวี). รายงานการศึกษาอิสระ บธ.ม. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2548. ถ่ายเอกสาร.
- ฉัตรยาพร เสมอใจ. การจัดการและการตลาดบริการ Service Marketing and Management. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2547.
- ฉัตรชัย ฉัตรเจริญมงคล. การสื่อสารทางการตลาด (IMC) ที่มีผลต่อพฤติกรรมกาซื้อสบู่เหลวของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2546. ถ่ายเอกสาร.

ชูศรี วงศ์รัตน์. การวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ,  
2544.

ถนอมพร ดันดีพัฒน์. “อินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษา,” วารสารครุศาสตร์. 25 (1) : 11, 2539.  
เทศบาลเมืองร้อยเอ็ด. 2548. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก HTTP : <http://www.roietmunicipal.go.th/> [14 ธันวาคม 2549]

ชนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. การจัดการการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน  
เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า, 2547.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 3.  
กรุงเทพฯ : วี. อินเทอร์เน็ต, 2548.

ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. IMC in Action สื่อสารการตลาดแบบครบวงจรเชิงปฏิบัติการ.  
กรุงเทพฯ : เลิฟ แอนด์ ลิฟ, 2545.

\_\_\_\_\_. Strategic IMC. 2549. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก HTTP : <http://www.brandage.com/> [23 เมษายน 2550]

บุปผชาติ ทัพทิกรณ์. “เครือข่ายใยแมงมุมโลกในโลกการศึกษา,” วารสารศึกษาศาสตร์  
ปริทัศน์. 11 (3) : 44, 2539.

ประเชิญ เชื้อสายดวง. ความพึงพอใจของผู้รับชมรายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์  
ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. กรณีศึกษา : ผู้รับชมในพื้นที่เขตเทศบาลตำบลก้งแอน อำเภอบึง  
พราสาท จังหวัดสุรินทร์. วิทยานิพนธ์ ศศ.บ. สุรินทร์ : สถาบันราชภัฏสุรินทร์,  
2545. ถ่ายเอกสาร.

ปิยะพร อัสวหุทัย. การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่มีผลต่อการใช้บริการสตูดิโอ  
ถ่ายภาพแต่งงานของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บช.ม.  
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2547. ถ่ายเอกสาร.

ปัทมา สุขศรี. ความคิดเห็น ความต้องการ และปัญหาเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษา  
ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาในโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยขอนแก่น. รายงาน  
การศึกษาอิสระ ศษ.ม. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2543. ถ่ายเอกสาร.

ผ่องพรรณ ศรีสมหวัง. ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อแหล่งเรียนรู้ทางอินเทอร์เน็ต สาร  
เศรษฐศาสตร์ ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม. ขอนแก่น :  
มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2549. ถ่ายเอกสาร .

- พนิดา โค้วเจริญ. ประสิทธิภาพของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานเพื่อสร้างความสัมพันธ์  
กับลูกค้าในธุรกิจบริการ. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,  
2546. ถ่ายเอกสาร.
- พวงทอง อังกาบ. พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการเผยแพร่พระพุทธศาสนาทางโทรทัศน์ของ  
ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ว.ม. กรุงเทพฯ :  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2538. ถ่ายเอกสาร.
- เพลินทิพย์ โกเมศโสภา. การวางแผนการตลาด Marketing Planning. พิมพ์ครั้งที่ 2.  
กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- มงคลธรรม. กฎหมายคอมพิวเตอร์. 2546. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก HTTP : <http://www.kodmhai.com/> [7 ธันวาคม 2549]
- มาลินี จุฑะลพ. จิตวิทยาการเรียนรู้. กรุงเทพฯ : อักษราพิพัฒน์, 2537.
- มาลี โชกเจริญเลิศ. การศึกษาเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดโรงแรมไทยและโรงแรม  
ต่างประเทศที่เข้ามาลงทุนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บช.ม. กรุงเทพฯ :  
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2543. ถ่ายเอกสาร
- รัชนี นพเกตุ. จิตวิทยาการเรียนรู้. กรุงเทพฯ : ประกายพริ้ง, 2540.
- รังสรรค์ ประเสริฐศรี. พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร, 2548.
- เลิศหญิง หิรัญโร. รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการ  
บริโภคสินค้าและบริการของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ นศ.ม.  
กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545. ถ่ายเอกสาร.
- วารุณี ต้นดวงศวาณิช และคณะ. Principles of Marketing หลักการตลาด. กรุงเทพฯ :  
เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า, 2545.
- วิรัช สงวนวงศวาน. การจัดการและพฤติกรรมองค์กร. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ด  
ยูเคชั่น, 2546.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์ม  
และไซเท็กซ์, 2541.
- \_\_\_\_\_. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์, 2541.
- \_\_\_\_\_. การบริหารงานโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ : พัฒนาภาษา,  
\_\_\_\_\_. พฤติกรรมองค์กร Organizational Behavior (OB). กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์ม  
และไซเท็กซ์, 2541.

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด Advertising & Promotion an Integrated Marketing Communication Perspective. กรุงเทพฯ : ท้อป, 2548.

สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวีจังหวัดร้อยเอ็ด. ข้อมูลโดยรวมเกี่ยวกับสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์. 2549. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก HTTP : <http://se-ed.net/mcot101/> [4 พฤศจิกายน 2549]

สรชัย พิศาลบุตร และคณะ. การสร้างและประมวลผลข้อมูลจากแบบสอบถาม. กรุงเทพฯ : วิทยพัฒน์, 2549.

สฤณีรัฐ แจ่มสมบูรณ์. ความสัมพันธ์ระหว่างช่องทางการสื่อสารกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ ปร.ม. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2542. ถ่ายเอกสาร.

สร้อยตระกูล (ติวานนท์) อรรถมานะ. พฤติกรรมองค์การทฤษฎีการประยุกต์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.

สุทธาทิพย์ พิรทรัพย์. สังคมของนักลงทุน. 2548. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก HTTP : <http://www.kimeng.co.th/> [8 ธันวาคม 2549]

สุภาณี วิเศษวร. การสื่อสารการตลาดแบบครบเครื่องในบริษัทตัวแทนโฆษณาให้บริการการสื่อสารการตลาดแบบครบเครื่องในประเทศไทยปี 2000. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543. ถ่ายเอกสาร.

สุวิมล แม้นจริง. การส่งเสริมการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : เอช.เอ็น.กรุ๊ป, 2545.

สุโขทัยธรรมมาธิราช. หลักการบริหารวิทยุโทรทัศน์. นนทบุรี : สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2531.

\_\_\_\_\_. หลักการบริหารวิทยุโทรทัศน์. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี : สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2534.

เสรี วงษ์มณฑา. ครบเครื่องเรื่องการค้าสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : วิสิทธิ์พัฒนา, 2540.

องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย. ครบรอบ 20 ปี อ.ส.ม.ท., กรุงเทพฯ : อ.ส.ม.ท., 2540.

\_\_\_\_\_. ครบรอบ 20 ปี อ.ส.ม.ท., กรุงเทพฯ : อ.ส.ม.ท., 2540.

\_\_\_\_\_. ครบรอบ 27 ปี อ.ส.ม.ท., กรุงเทพฯ : อ.ส.ม.ท., 2547.

\_\_\_\_\_. ครบรอบ 28 ปี อ.ส.ม.ท., กรุงเทพฯ : อ.ส.ม.ท., 2548.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. การบริหารการตลาด กลยุทธ์ และ ยุทธวิธี. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.

\_\_\_\_\_. การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

อสมท. รายงานประจำปี. กรุงเทพฯ : อสมท, 2548.

\_\_\_\_\_. หนังสือชี้ชวนเสนอขายหุ้นสามัญ. กรุงเทพฯ : อสมท, 2547.

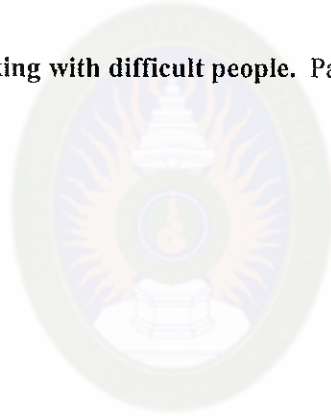
\_\_\_\_\_. เกี่ยวกับ อสมท. รายงานประจำปี. 2547. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก HTTP :  
<http://ict.mcot.net/> [27 พฤศจิกายน 2549]

\_\_\_\_\_. เกี่ยวกับ อสมท. รายงานประจำปี. 2548. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก HTTP :  
<http://ict.mcot.net/> [6 ธันวาคม 2549]

อุดม จะโนภาษ และคณะ. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุโทรทัศน์. พิมพ์ครั้งที่ 6. นนทบุรี :  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา, 2535.

Kotler, Philip. **Marketing management**. 11<sup>st</sup> ed. Upper Saddle River, N.J. : Prentice Hall,  
2003.

Solomon, Muriel. **Working with difficult people**. Paramus, NJ : Prentice Hall Press, 2002.



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY