

**บรรณานุกรม**

## บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. 2543. **สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กิตติ กันภัย. 2543 . **มองสื่อใหม่มองสังคมใหม่**. กรุงเทพฯ : เอดิชั่นเพรสโปรดักส์.
- กิติมา สุรสนธิ. 2541. **ความรู้ทางการสื่อสาร**. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชัยวัฒน์ ปัญจพงษ์ และ ณรงค์ เทียนส่ง. 2521. **ประชากรศึกษาและประชากรศาสตร์**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ชูศรี วงศ์ตันนะ. 2541. **เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฐิติ วิทยาสระณะ. 2540. “พฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนกับความรู้ และทัศนคติที่มีต่อรัฐธรรมนูญ ฉบับประชาชน พ.ศ.2540 ของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัย”. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณัฐวีร์ ดันดีสังข์ธรรม. 2560. **6 ตำแหน่งงานที่ต้องมี ในการสร้างทีม Digital Marketing**. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2560 จาก Available: <https://stepstraining.co/strategy/digital-marketing-4>
- บุญจิระ พุทธิศรี. 2540. “ศึกษาพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ เกี่ยวกับรัฐธรรมนูญ”. วิทยานิพนธ์ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญชม ศรีสะอาด. 2535. **การวิจัยเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ปรมะ สตะเวทิน. 2554. “**หลักนิเทศศาสตร์เบื้องต้น**” กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- \_\_\_\_\_. 2541. **การสื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: . โรงพิมพ์ภาพพิมพ์.
- \_\_\_\_\_. 2546. **หลักนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพฯ: ภาพการพิมพ์.
- พัชรินทร์ เสวตสุทธิพันธ์. 2537. “การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล”. วิทยานิพนธ์ ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- มนฤดี ธาดาอำนวยการ. 2540. “ความพึงพอใจและความคาดหวังของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาที่มีต่อรายการโทรทัศน์สำหรับวัยรุ่น”. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท สาขาวิชาวารสารศาสตร์ สื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. 2543. “การใช้สื่อมวลชนเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ทฤษฎี งานวิจัย และข้อเสนอต่อการศึกษาในทศวรรษ”. วารสารนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ฉบับวันที่ 6 สิงหาคม 2528. เลขหน้า 6-8.
- รัตนพร ไม้ตราวัฒนา. 2544. “พฤติกรรมการรับชมรายการซัวร์ซัวร์เพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน”. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท สาขาวิชาวารสารศาสตร์ บัณฑิตมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ลัดดา โปษยะพิสัย. 2544. “ความต้องการและความพึงพอใจในข่าวสารทางเศรษฐกิจที่ได้รับจากสื่อโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร”. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วุฒิชัย ผาสุขกานนท์. 2541. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการพระพุทธศาสนาทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร”. วิทยานิพนธ์ วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริพร วุฒิทวี. 2542. “การสำรวจพฤติกรรมการรับชมและความพึงพอใจของผู้ชมในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7”. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. วารสารศาสตร์ สื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุภาวดี เตียพิริยะกิจ. 2539. “ความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งทั่วไปพ.ศ.2538 ของเยาวชนอายุ 18-19 ปีในเขตกรุงเทพมหานคร”. วิทยานิพนธ์ วารสารศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมชัย สุวรรณบรรณ. 2552. “สื่อสารณะสร้างสังคมคุณภาพ : มองบีบีซี เทียบทีวีไทย.” จาก [www://sapa.thaipbs.or.th](http://www://sapa.thaipbs.or.th)
- อนิล วุฒิกานนท์. 2549. “พฤติกรรม การรับชมการรับรู้ การจดจำ และความพึงพอใจ รายการ “กบนอกกะลา” ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร”. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อุบลรัตน์ ศิริชูศักดิ์. 2539. บทบาทของรัฐในทางด้านสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ: นิติธรรม.

อิสราวดิ ชำนาญกิจ. 2541. “ทัศนคติการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการ  
ในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการด้านการเมืองที่เสนอทางสถานีโทรทัศน์”. วิทยานิพนธ์  
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Burnet, R., and Marshall, D.P. 2003. **Web Theory**. London: Routledge.

Business Insider. 2018. “Spending money of **GENERATION Z**.” Retrieved February 25,2018,  
from <http://www.businessinsider.com/generation-z>

Business Insider. 2018. **How retailers can win over Gen Z**. Retrieved June 7,2018, from  
<http://www.businessinsider.com/how-retailers-can-win-over-gen-z-2018-6>

B.Shelat and Egger. 2002. **What Makes People Trust Online Gambling Sites?**. Retrieved  
August 10,2003, from [http://www.ecommuse.com/research/publications/](http://www.ecommuse.com/research/publications/chi2002.pdf) chi2002.pdf

Derek E. Baird and Gregg L. Witt . 2018. **The Gen Z Frequency\_ How Brands Tune in and  
Build Credibility**. KoganPage.

Electronic Transactions Development Agency (Public Organization) 2018. **Publication Report  
2018**.(Online)Available: [http://www.etda.or.th/app/webroot/content\\_files/13/  
files/Thailand\\_Internet\\_User\\_Profile\\_2018\\_Slides\(1\).pdf](http://www.etda.or.th/app/webroot/content_files/13/files/Thailand_Internet_User_Profile_2018_Slides(1).pdf)] Retrieved February 25, 2019,  
from <http://www.etda.or.th/>

Khaosod. 2017. **Hasbro,Thai Toy market Is the Largest in ASEAN**. Retrieved June 15,2017,  
From [http://www.khaosod.co.th/economics/news\\_399937](http://www.khaosod.co.th/economics/news_399937)

Leslie L. 1994. **Consumer behavior**. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

Merrill, J. C., and Lowenstein R.L. (1971). **Media, messages and men. New Perspectives in  
Communication**. New York: David Mckey Company.Schiffman, Leon G., & Kanuk,

National Statistical Office. 2018. **Report 2018. (Online)**. Retrieved February 2, 2019,  
from <http://www.nso.go.th>

Pearson Education. 2018. **Beyond Millennials: The Next Generation of Learners** Retrieved  
August 2018, from [http://www.pearson.com/content/dam/one-dot-com/one-dot-  
com/global/Files/news/news-announcements/2018/The-Next-Generation-of-Learners\\_final](http://www.pearson.com/content/dam/one-dot-com/one-dot-com/global/Files/news/news-announcements/2018/The-Next-Generation-of-Learners_final)

Thaitrade USA. 2016. **Consumer Behavior and Marketing Channels for Various  
Generations**. Retrieved April 2016, from <https://www.thaitradeusa.com/home/?p=21482>

The Center for Economic and Business Forecasting University of the Thai Chamber of Commerce. Career Survey "**Rising Stars - Falling Stars**" Year 2019. Retrieved January 16,2019, from [http://cebf.utcc.ac.th/news\\_detail.php?typeid=2&newsid=281](http://cebf.utcc.ac.th/news_detail.php?typeid=2&newsid=281)

Vero Digital Marketing & Pr Agency. 2018. Retrieved November 2018, from <http://vero-asean.com/wp-content/uploads/2018/11/The-Power-of-Influencer-Marketing-TH-x-Vero.pdf>