

บรรณานุกรม

กาญจนา แก้วเทพ. (2545). **สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่3).**

กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ศาลาแดง.

กิติมา สุรสนธิ. (2533). **ความรู้ทางการสื่อสาร.** กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ขวัญ เรือนกิตติวัฒน์ . (2531) . **พลศาสตร์ของการสื่อสาร.** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรม
มา- ธิราช.

ขวัญชีวา ส่างหลวง. (2551). **การสร้างสรรคงานโฆษณา.** เข้าถึงจาก:

<http://kwuancheewa.exteen.com/page/16> (2558, 27 พฤศจิกายน)

จรรยา ปันพังกูร. (2557). **แนวทางการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.** คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.

ชลธิชา เชียงทอง. (2556). **พฤติกรรมกรเลือกเปิดรับข้อมูลจากสื่อทางดนตรีบนเว็บไซต์ยูทูปของนักศึกษา วิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดล.** วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดล.

ณัฐลี นุดประวีณ์. (2557). **พฤติกรรมกรเปิดรับ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร.** คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธีรศักดิ์ อริยะอรุณ. (2556). **พฤติกรรมกรเปิดรับและความพึงพอใจต่อรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ดาวเทียม MEDIA NEWS CHANNEL ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร.** สารนิพนธ์ นศ.ม. (ประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร). กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

นิตยสาร Marketeer. (2558). **Youtube.** กรุงเทพฯ: บริษัท มาร์เก็ตเธียร์ จำกัด.

พัชรภรณ์ ไกรชุมพล. (2556). **ทัศนคติและพฤติกรรมกรสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการสร้างชื่อเสียงกรณีศึกษายูทูป (Youtube).** สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- พิชิต วิจิตรบุญรักษ์. (2554). *สื่อสังคมออนไลน์: สื่อแห่งอนาคต Social Media: Future Media*. วารสารนักบริหาร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ยุพดี ลีติกุลเจริญ. (2537). *ทฤษฎีการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.
- ประมะ สตะเวทิน. (2541). *การสื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์.
- วรรณรจ มณีอินทร์และสุธาทิพย์ หอมสุวรรณ. (2555). *กลยุทธ์การสร้างสรรคในงานโฆษณา Creative Strategy*. มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.
- วีรวรรณ แซ่จ้าว. (2557). *อิทธิพลของทัศนคติและความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยว*. การค้นคว้าอิสระ (ศศ.ม.) สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เว็บไซต์ Marketing Oops!, *Google ประเทศไทย เผย Top 10 โฆษณบบน YouTube ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในช่วง Q1 ปี 58*, เข้าถึงได้จาก:
<http://www.marketingoops.com/news/google-thailand-top-10-ads-leaderboard/>
 (2559, 29 เมษายน)
- ศิริวรรณ อนันต์โท. (2553). *มารู้จักทฤษฎี U&G ให้ดีกันเถอะ*. เข้าถึงจาก:
<http://drsiriwan1.blogspot.com/2010/03/u.html> (2558, 25 พฤศจิกายน)
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *การวิจัยธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร. (2533). *แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ทัศนคติและพฤติกรรม*. เข้าถึงได้จาก: <http://www.novabizz.com/NovaAce/Attitude.htm> (2558, 25 พฤศจิกายน)
- เสถียร เขยประทับ. (2525). *การสื่อสารและการพัฒนา (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2540). *การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย*. กรุงเทพฯ : บริษัท ดวงกลมสมัย จำกัด.

- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *กลยุทธ์การตลาด การวางแผนการตลาด*. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและโซ
เท็กซ์.
- อรชา ทวีลาภ. (2557). *การรับรู้การใช้ประโยชน์จากสื่อยูทูป ในเรื่องดนตรีของคนในกลุ่ม
GENERATION Y ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหา
บัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- Charles k. Atkin. (1973). *Anticipated communication and mass media information seeking
public opinion quarterly*. New York: Free Press.
- Garton, L., C. Haythornthwaite, B. Wellman. (1997). *Studying Online Networks*. JCMC
vol. 3 (1) June 1997.
- Friedson, Riley, & Flowerman. (1951). *Media exposure*. [online]. Available:
<http://thailand.com/html/show.phs?sid=136> (2015, 15 November)
- Klapper, J. T. (1960). *The effects of mass communication*. New York: The Free Press.
- Papacharissi, Z. and Rubin, A. (2000). *Predictors of Internet use*. Journal of
Broadcasting and Electronic Media.
- Samuel L. Becker . (1972). *Discovering Mass Communication*. Illinois : Scott Foresman
and Company Glenview.
- Schramm, W. (1973). *Channels and audiences*. Chicago : Ran McNally College.
- Sherry, J. L., Lucas, K., Rechtsteiner, S., Brooks, C., & Wilson, B. (2001). *Video Game
Uses and Gratifications as Predictors of Use and Game Preference*. Theme
Session Paper, International Communication Association Annual Convention,
Washington, D.C.