

บรรณานุกรม

- กรมการปกครอง. 2551. จำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักร แยกเป็นกรุงเทพมหานคร และจังหวัด
ต่างๆ ตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2550. [ระบบออนไลน์]
แหล่งที่มา <http://www.dopa.go.th> (29 มกราคม 2551)
- คุณทลี รื่นรัมย์. 2549. การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ชมนาท รัตนมณี. 2538. การศึกษาเชิงวิเคราะห์ลักษณะช่องทางข้อมูลข่าวสารพฤติกรรม
เปิดรับสื่อมวลชนและการเลือกใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจของนักธุรกิจชั้นนำในเขต
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์ธุรกิจ) มหาวิทยาลัย
ธุรกิจบัณฑิต
- ประมะ สตะเวทิน. 2538. เอกสารประกอบชุดวิชา การสื่อสารเพื่อการพัฒนา. นนทบุรี :
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- พรเพ็ญ พัดฆาพร. 2538. การเปิดรับการสื่อสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจาก
สื่อมวลชนของผู้สูงอายุไทย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต นิเทศศาสตร์ (นิเทศศาสตร์
พัฒนาการ) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พีระ จิระโสภณ. 2523. หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- มะลิวัลย์ บุษบงศ์. 2544. การปรับตัวด้านเศรษฐกิจและสังคมของผู้สูงอายุที่อยู่ในชุมชนเมือง
เชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษานอกกระบวน
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- วิทยา ค่านธำรงกุล. 2548. เจนเนอร์ชั่นใหม่ๆ. [ระบบออนไลน์]
แหล่งที่มา <http://bkkonline.com/gen-business/18oct48.shtml> (29 ตุลาคม 2549)
- วิทยา ค่านธำรงกุล. 2549. เจาะลึกพฤติกรรมลูกค้าด้วย Consumer Insight. [ระบบออนไลน์]
แหล่งที่มา <http://bkkonline.com/gen-business/9jan49.shtml> (29 ตุลาคม 2549)
- วิภาดา เจริญลาภ. 2539. การเปลี่ยนแปลงกระบวนการรับรู้และจัดการกับข่าวสารข้อมูลของ
ประชาชนในชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต
(การศึกษานอกกระบวน) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ศรีกัญญา มงคลศิริ. 2548. PowerGENS Branding. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ BrandAge Book
Brandage. การทำธุรกิจยุคใหม่ในโลกไร้พรมแดน. [ระบบออนไลน์]
แหล่งที่มา http://www.brandage.com/issue/edn_detail.asp?id=1273 (24 กันยายน 2549)

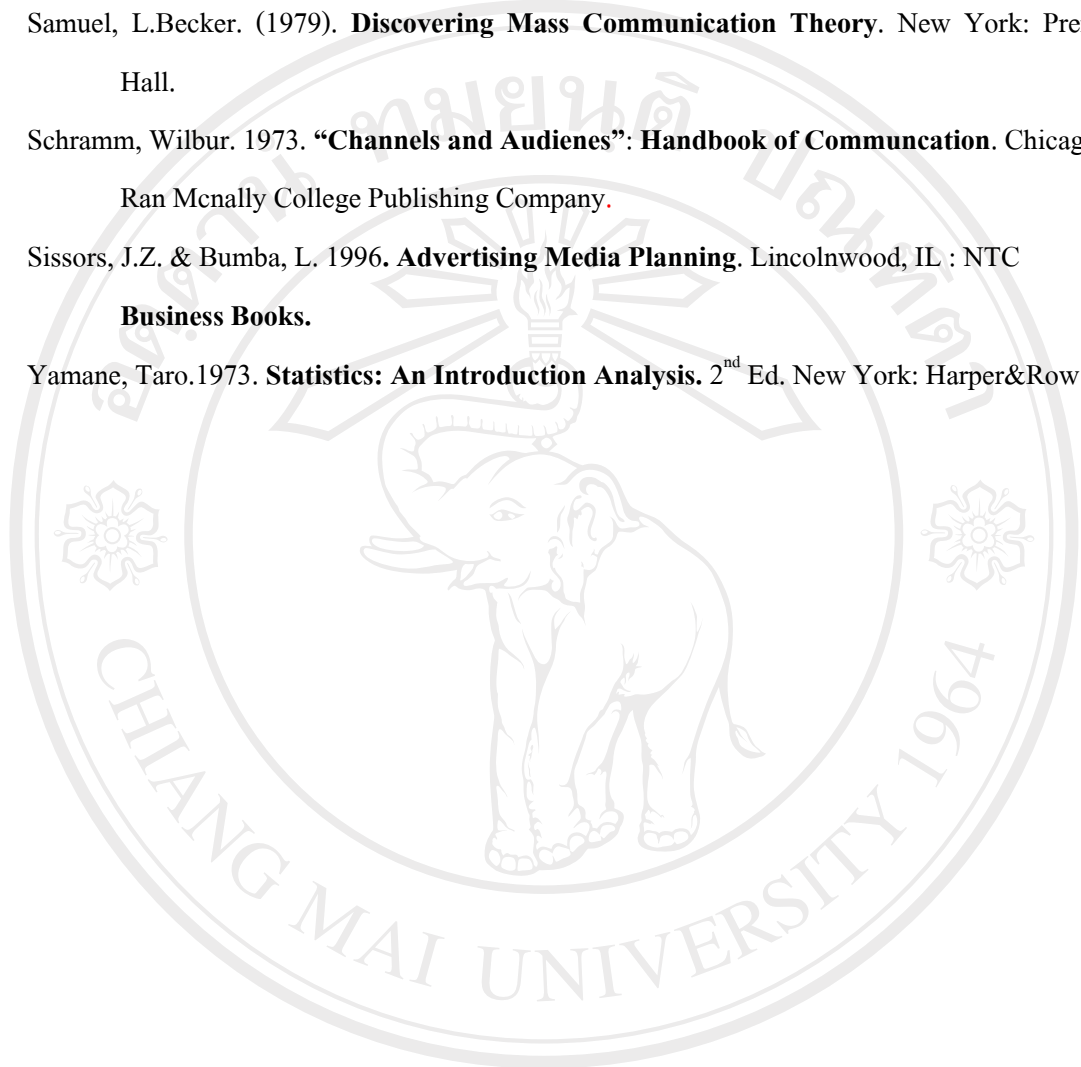
McLeod & O'Keefe. 1972. **“Socialization Perspective; Current Perspectives in Mass Communication Research”**. London: Sage Publication.

Samuel, L.Becker. (1979). **Discovering Mass Communication Theory**. New York: Prentice Hall.

Schramm, Wilbur. 1973. **“Channels and Audiences”: Handbook of Communication**. Chicago : Ran McNally College Publishing Company.

Sissors, J.Z. & Bumba, L. 1996. **Advertising Media Planning**. Lincolnwood, IL : NTC Business Books.

Yamane, Taro.1973. **Statistics: An Introduction Analysis**. 2nd Ed. New York: Harper&Row



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved