



บรรณานุกรม

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

บรรณานุกรม

- กฤษฎิกา คงสมพงษ์. (2552). **บริหารการตลาดในพหุวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สยามเอ็ม แอนด์บี พับลิชชิง.
- กุลวดี คูหะโรจนานนท์. (2545). **หลักการตลาด**. เพชรบุรี : สถาบันราชภัฏเพชรบุรีวิทยาเขตกรณ.
- จิรพร สุเมธีประสิทธิ์. (2554). **ความเสี่ยงส่วนบุคคล**. (ออนไลน์). แหล่งที่มา URL: <http://chirapon.wordpress.com>. 15 สิงหาคม 2554.
- เจริญ โภกภัณฑ์อาหาร . (2554). **ข้อมูลบริษัท เจริญโภกภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)**. (ออนไลน์). แหล่งที่มา http://www.thaibma.or.th/prospectus_viewer/view.aspx?pid=f6dc76d9-0ac0-425b-98ca-fef1159b5c7f&bid=24496. 17 สิงหาคม 2554.
- นัตยาพร เสมอใจ. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- _____. (2551). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชูชัย สมิติไกร. (2553). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณอมจิต สิริภักพร. (2555). **อุตสาหกรรมกุ้งไทยปี 2555 และแนวโน้มปี 2556**. (ออนไลน์). แหล่งที่มา <http://www.bot.or.th/Thai/EconomicConditions/Thai/South/EconomicPapers/ResearchPaper/ShrimpIndustry>. 30 กันยายน 2555.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2546). **พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด**. กรุงเทพฯ : ประชุมช่าง.
- ธรา ธาชาธิรพงษ์. (2545). **ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งในเขตกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นาฏยา พันธเสน . (2550). **“ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของลูกค้านักค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร.”** วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นันทนา เจริญพิบูล. (2546). **ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นิเวศน์ ธรรมะ. (2552). **การจัดการการตลาด**. กรุงเทพฯ: แมคกริ-ฮิล.
- บุษบา ไชยอุปละ. (2549). **ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นมของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน**. การค้นคว้าแบบอิสระ บธ.ม. (การบริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- วิกรม เสนาทอง. (2551). **ปัจจัยทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคโทรศัพท์มือถือในเขต
อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี**. การศึกษาอิสระ บธ.ม. (การจัดการ). สุราษฎร์ธานี :
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- _____. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สิทธิ ชีรสรณ์. (2552). **การตลาด**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุดาพร กุณฑบุตร. (2552). **หลักการตลาดสมัยใหม่**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภาภรณ์ พลนิกร. (2548). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์โอติสติก พับลิชชิ่ง.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2546). **การตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- เอกสิทธิ์ สุนทรนนท์. (2545). **ปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าในร้านค้าปลีก
สมัยใหม่ประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตของประชาชนกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**.
ภาคนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Cobb – Walgren, C.J. (1995). “Brand Equity, Brand Preference, and Purchase Intent,” **Journal
of Advertising**. 24 (3) : 25.
- Cronbach, Lee.J. (1990). **Essentials of Psychology Testing**. New York : Harper Collins.
- Cusatis, D. C. (1995). “Psychosocial Influences on Adolescent Eating Behavior,” **Dissertation
Abstracts International**. 55 (4) : 3825.
- Wood, Leonard A. (1983). **The Gallup Survey : Better Educated More Affluent Buys Mostly
in Bookstores**. Boston : Allyn and Bacon.