

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). *การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- กฤตภาส ศรีลัมภ์. (2551). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อคุณค่าตราสินค้าและพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของสมาชิกบัตร AMEX ในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- จิระเสกข์ ตรีเมฆสุนทร และอภิสิทธิ์ ฉัตรทนานนท์. (2548). *การสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้า*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชูลีรัตน์ บรรณเกียรติกุล. (2544). *การวัดคุณค่าตราสินค้าในธุรกิจบริการ*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา, คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2551). *ยกระดับคุณค่าแบรนด์ เพิ่มมูลค่าให้ธุรกิจ* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.thannews.th.com/detailnews.php?id=M2822711&issue=2271> [2551, 6 สิงหาคม].
- ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. (2550). *รูปแบบกลยุทธ์การใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในการบริหารคุณค่าตราสินค้าตามระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท บัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นภัสกร ศักดานวงศ์. (2545). *การวัดคุณค่าตราสินค้าในตลาดที่มุ่งสู่องค์กรธุรกิจ*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา, คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- โนเกีย ประเทศไทย. (2551). *ข่าวประชาสัมพันธ์* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.nokia.co.th/A4688735?newsid=-12050> [2551, 25 พฤศจิกายน].
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2551). *50 สุดยอดแบรนด์ในความคิดคนไทยปี 2007* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: http://www.matichon.co.th/prachachat/news_title.php?id=989 [2551, 25 พฤศจิกายน].

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ประวิทย์ ทิมครองธรรม. (2548). **ปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิต โรงงานผลิตชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคตะวันออก**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.
- ปราณี เอี่ยมละออภักดี. (2550). **การบริหารการตลาด** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ธนาเพรส.
- พรรณิภา เจริญสุข. (2549). **บทบาทของคุณค่าตราสินค้าที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครของร้านกาแฟสตาร์บัคส์ และบ้านไร่กาแฟ**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ถวิกา ศิริสวัสดิกล. (2550). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อตราสินค้า กรณีศึกษาของผู้บริโภคสินค้าชั้นซิมิล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.
- มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี. (2549). **คู่มือและขั้นตอนการจัดทำวิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ค้นคว้าอิสระ**. ชลบุรี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.
- ลัดดา นุชา. (2548). **การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคเบียร์พรีเมียมของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2551). **การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์** (พิมพ์ครั้งที่ 15). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สุกร เสรีรัตน์, ปณิศา มีจินดา และอรทัย เลิศวรรณวิทย์. (2550). **กลยุทธ์การตลาดและการบริหารเชิงกลยุทธ์โดยมุ่งที่ตลาด**. กรุงเทพฯ: ธนัชการพิมพ์.
- สุวิมล แม้นจริง. (2546). **การจัดการทางการตลาด**. กรุงเทพฯ: เอช.เอ็น.กรุ๊ป.
- สุจิตรา วรรณศิริรักษ์. (2547). **คุณค่าตราสินค้าและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อลูกค้าร้านเอส แอนด์ พี ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *กลยุทธ์การตลาด: การวางแผนการตลาด*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี. (2550). *เขตการปกครอง*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.chon.go.th/modules/contents/item.php?itemid=5> [2551, 24 พฤศจิกายน].
- อรรัตน์ วิสุทธิถาวรวงศ์. (2548). *การวัดคุณค่าตราสินค้าโตโยต้า*. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน, คณะวารสารศาสตร์และการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เอกรัตน์ ลดาธรรม. (2543). *คุณค่าตราสินค้าในใจผู้บริโภคและการประเมินการขยายตราสินค้าของผู้บริโภค*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา, คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Abiresearch. (2551). *3Q-2008 Mobile handset shipments manage to maintain* (ออนไลน์). บทความย่อจาก: <http://www.abiresearch.com/press/1281-3Q-2008+Mobile+Handset+Shipments+Manage+to+Maintain+Forward+Momentum+Despite+Credit+Crunch+Tsunami> [2551, 25 พฤศจิกายน].
- Businessweek. (2551). *Best global brands* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: http://www.businessweek.com/magazine/content/08_39/b4101052097769.htm [2551, 25 พฤศจิกายน].
- Cronbach, Lee J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). New York: HarperCollins.
- Kotler, Philip. (2003). *การจัดการการตลาด*. แปลจาก Marketing management (ขงยุทธ์ ฟู่พงศ์ศิริพันธ์, ยุทธนา ธรรมเจริญ, อุไรวรรณ เข้มนิยม, อติลดา พงศ์ยี่หล้า และชนวรรณ แสงสุวรรณ, แปล) (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: เอช.เอ็น.กรุ๊ป.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). New York: Harper & Row.