บรรณานุกรม

กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์. (2546). ***จิตวิทยาทั่วไป***. กรุงเทพฯ: ไทยเจริญการพิมพ์.

จิรประภา สุดสวัสดิ. (2553). ***ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและคุณค่าตราสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ***. (ออนไลน์) เข้าถึงได้ จาก: http://dspace.bu.ac.th/bitstream.

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). ***พฤติกรรมผู้บริโภค***. กรุงเทพฯ: เอ็กซเปอร์เน็ท.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, (2548). ***การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว***. กรุงเทพฯ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชัยวัฒน์ ปัญจพงษ์ และณรงค์ เทียนสงค์. (2521). ***ประชากรศาสตร์และประชากรศึกษา***. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ดวงใจ ธรรมนิภานนท์. (2557). ***กลยุทธ์การตลาดผลิตภณัฑ์ความงามผ่านช่องทางการค้าแบบดิจิทัล***. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเนชั่น.

นุจรี เตชะสุกิจ. (2557). ***ประสิทธิภาพการสื่อสารทางการตลาดที่อิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำหอมต่างประเทศ***. (ออนไลน์) เข้าถึงได้ จาก: http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1611/1/nutcharee.tech.pdf

ปรมะ สตะเวทิน. (2546). ***หลักนิเทศศาสตร์***. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

พนิดา อ่อนลออ. (2559). ***กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่ทำให้ลาซาด้า Lazada ประสบความสำเร็จ***. (ออนไลน์) เข้าถึงได้ จาก: 203.131.210.100/ejournal/wp-content/uploads/.../JCIS59022.pdf

มาลินี มาลีคล้าย. (2554). ***การรับรู้การสื่อสารของผู้บริโภคที่มีผลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าอิชิตันในเขตกรุงเทพมหานคร***. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

เมธาวี เจริญผล. (2558). ***กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ของนิตยสารลอฟฟีเซียลไทยแลนด์***. (ออนไลน์) เข้าถึงได้ จาก: http://gscm.nida.ac.th/public-action/Proceeding/2558/5-3.pdf

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). ***การวิเคราะห์ผู้รับสาร***. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ยงยุทธ์ ฟูพงศ์ศิริพันธ์ และคณะ. (2547). ***การจัดการตลาด***. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เอช.เอน กรุ๊ป.

รชต หวังจันทร์. (2551). ***ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำหอมปรับอากาศในรถยนต์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร***. (ออนไลน์) เข้าถึงได้ จาก: http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Mark/Rachata_W.pdf

รัญญา นาคนุ่ม. (2556). ***การสำรวจพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางสื่อออนไลน์(สื่ออินเตอร์เน็ต) และทัศนคติที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์สบู่แครอทฟิลิปปินส์ที่จำหน่ายทางออนไลน์***. (ออนไลน์) เข้าถึงได้ จาก: dspace. bu. ac. th/ bitstream/ 123456789/1481/1/j_ranya.nakn.pdf

วรีรัตน์ สิทธิ. (2556). ***การสื่อสารทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากลของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร***. (ออนไลน์) เข้าถึงได้ จาก: www.stou.ac.th/thai/grad_stdy/Masters/ฝสส/research/ 2nd/FullPaper/SS/Poster/P -SS 007 นางสาวนารีรัตน์ สิทธิ.pdf.

วารุณี ตันติวงศ์วาณิช และคณะ. (2546). ***หลักการตลาด***. กรุงเทพฯ: เพียร์สันเอ็ดดูเคชั่นอินโดไชน่า.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2538). ***กลยุทธ์การตลาดการบริหารการตลาดและกรณีตัวอย่าง***. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2543). ***หลักการตลาด***. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). ***ความหมายของส่วนประสมการตลาด***. (ออนไลน์) เข้าถึงได้ จาก: http://thaibuz.blogspot.com/2012/01/blog-post_5375.html

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2552). ***ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค***. (ออนไลน์) เข้าถึงได้ จาก: http://thaibuz.blogspot.com/2012/01/blog-post_5375.html

ศุภกร เสรีรัตน์. (2545). ***พฤติกรรมผู้บริโภค***. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: บริษัท เอ.อาร์ บิสซิเนสเพรส จำกัด.

สุชา จันทร์เอม. (2544). ***จิตวิทยาทั่วไป***. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.

สุวสา ชัยสรุัตน์. (2537). ***หลักการตลาด***. กรุงเทพ ฯ: ภูมิบัณฑิตการพิมพ์.

สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์. (2530). ***การโฆษณากับการตลาดในระบบเศรษฐกิจเสรี***. เอกสารการสอนชุดวิชาธุรกิจโฆษณา. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). ***กลยุทธ์การตลาด: การวางแผนการตลาด.*** กรุงเทพฯ: ไดมอนด์ อินบิสซิเนส เวิร์ด.

สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2549). ***Practical IMC การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน ภาคปฏิบัติ.*** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: แบรนด์ เอจ บุ๊คส์.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล. (2546). ***พฤติกรรมผู้บริโภค.*** กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Barnard, C. (1938). ***The Functions of the Executive.*** Cambridge: Harvard University Press.

Fishbein, M. A. (1967*). **Attitude and the prediction of behavior***. In M. Fishbein (Ed.), Readings in attitude theory and measurement. New York: Wiley.

Kotler Philip and Lee Nacy. (2005). ***Corporate Social Responsibility.USA***. John Wiley & Sons, Inc.

Loudon,David L. and Albert J. Dell Bitta. (1993). ***Consumer Behavior***. 4th ed.New York: Mcgraw –Hill, Inc.

Walters. (1978). ***Adaptive Management of Renewable Resources***. New York: Mc Graw - Hill.

Yamane. (1967). ***Taro Statistic: An Introductory Analysis***. New York: Harper &row