

บรรณานุกรม

- กมล ชัยวัฒน์. (2551). การโฆษณาและส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ : แมคกรอ-ฮิล.
- กนกพรรณ สุขฤทธิ. (2557). ส่วนประสมการตลาดบริการและพฤติกรรมการใช้บริการ
ร้านอาหารญี่ปุ่น ย่าน Community Mall ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กิตติมา สุรสุนธิ. (2533). ความรู้ทางการสื่อสาร. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
_____. ความรู้ทางการสื่อสาร. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- คำนาย อธิปรัชญาสกุล. (2558). พฤติกรรมผู้บริโภค. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ : ไฟล์สมิเดีย
แอนด์พับลิชชิง.
- แคเรีย ภูพัฒน์. (2551). ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์โดยดำนินวิจอส
ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สาขาวิชาการตลาด, คณะบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- จงจินต์ จิตรแจ้. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการตัดสินใจซื้อผ่านพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์แบบผู้บริโภคกับผู้บริโภค กรณีศึกษา : ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและ
ความงาม. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์, บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ชนิกานต์ จุลมกร. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต
ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. งานค้นคว้าอิสระ
วิทยาศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชนิกานต์ จุลมกร. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต
ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. ชลบุรี :
มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชัยวัฒน์ ปัญญาพงษ์. (2521). ประชากรศึกษาและประชากรศาสตร์. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนา
พานิช.
- ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. (2547). การจัดการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : เพียร์สัน
เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- ธันส์ถ์ เกษมไชยานันท์. (2544). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ (Web site)
ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- นันทวัฒน์ อินทรโยธิน. (2557). ปัจจัยในการเลือกซื้อนาฬิกาข้อมือผ่านสื่อ สังคมออนไลน์ Facebook ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีและความตั้งใจซื้อ. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นันทลารี สุขโต และคณะ. (2553). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เพียร์สันเอดดูเคชั่น อินโนโซน่า.
- บริการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลงานวิทยานิพนธ์ และสารนิพนธ์ (IS). (2560). ปัจจัยทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค คุณภาพการให้บริการ. (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก: <http://spsstheiss.blogspot.com/>.
- ปฏิพัทธ์ บรรยงก์กุล.(2554).ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ประเภทออโตเมติก ของกลุ่มวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่.วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปณิชา นิติตพรมงคล. (2554).พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. บทความทางวิชาการ. มหาวิทยาลัยศรีปทุม. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546).หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- พัชรี ไชคบำรุงศิลป์. (2554). การตัดสินใจเช่าห้องพักของนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตกำแพงแสน. การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พิชญาวี คณะผล. (2553).ศึกษาทัศนคติการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ กรณีศึกษา : นักศึกษาและบุคลากรวิทยาลัยเฉลิมกาญจนา จังหวัดเพชรบูรณ์.วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- พิชิต สกุลเกรียงไกร. (2559).ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อการ์ดแต่งงานบนสื่อออนไลน์.นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- พริณฎา หลวงเทพ และคณะ. (2557).ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์วิทยาการจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- พิษณุ จงสถิตย์วัฒนา และคณะ. (2544). เอกสารการสอนวิชาการจัดการการตลาด หน่วยที่ 8-15. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พีระ จิระโสภณ. (2529). ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยุพดี จิตติกุลเจริญ. (2537). ทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.
- รณกร เงินวิเชียร. (2555) การตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ยามาฮ่าของลูกค้า บริษัทคลินิกจักรยานยนต์ จำกัด. งานค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- ระบบสถิติทางการทะเบียน. (2560). ออนไลน์. เข้าถึงได้จาก : <http://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statTDD/>. (สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2560).
- รัฐวัชร พัฒนจิระรุจน์. (2557). ทฤษฎีระบบ Systems Theory.(ออนไลน์)เข้าถึงได้ จาก : <http://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-behavior.html> (2560, วันที่ เดือน).
- รังสรรค์ เลิศในสัตย์. (2549). การตลาดเชิงกลยุทธ์เพื่อความสำเร็จสำหรับผู้บริหาร SMEs. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- ลักษณะารีย์ ยิ่งเกรียงไกร. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านทางอินเทอร์เน็ต ของบริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2560). พฤติกรรมผู้บริโภค.(ออนไลน์). เข้าถึงได้ จาก : <http://th.wikipedia.org/wiki/พฤติกรรมผู้บริโภค> (2560, วันที่ เดือน).
- วิชา ตังมีลาภ. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- วิไลลักษณ์ ชมพูศรี. (2544). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการ
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต :
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2547). การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ศิววรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์ม
และไซเท็กซ์.
- _____. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่ฉบับปรับปรุงปี 2546. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- ศิวัช จันทนาสุภาภรณ์. (2554). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ. ภาควิชาเอกกระบวนสารสนเทศ คณะ
บริหารธุรกิจ. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สมภพ ตีรณะประคม. (2542). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์กับการเลือกท่องเที่ยวใน
จังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต.
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- สิริกาญจน์ ปรับโตวิตใจโย. (2539). การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวกับการตัดสินใจ
เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- สุดาวง เรืองรุจิระ. (2543). หลักการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ : ยงพลเทรดดิ้ง.
- สุภาพร คำศรี. (2552). การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้
บริการสตูดิโอถ่ายภาพของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย.
มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- สุวสา ชัยสุรัตน์. (2537). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ภูมิบัณฑิต.
- หรรษรัตน์ ประกาศัสจธรรม. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าชุดกีฬาผ่าน
ระบบอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). กลยุทธ์การตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรรช มณีสงฆ์ และคณะ. (2549). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ท็อป.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- อินเตอร์เนชันแนล บางกอกไบค์ 2015. (2560). ออนไลน์. เข้าถึงได้จาก :
<http://www.internationalbangkokbike.com/registration/>. (สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2560).
- อัญชุลี วงษ์บุญงาม และดารณี ธัญญศิริ. (2554). การเปิดรับข่าวสารทางการเมือง ความรู้ และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลใน เขตกรุงเทพมหานคร(รายงานผลงานวิจัย). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- อำนาจ วีระวนิช. (2545). การจัดการ. กรุงเทพฯ : ซีวีแอลการพิมพ์.
- Belch, George E. and Belch, Michael A. (1993). *Introduction to Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communications Perspective.* 2nd ed. Boston, Mass. : Richard D. Irwin, Inc.,
- Boone, L. E. & Kurtz, D. L. (1989). *Contemporary Marketing.* (6th ed.) Hinsdale: The Dryden Press.
- Bovee, Courtland L., Houston, Michael J. & Thill, John V. (1995). *Marketing.* 2nd ed. New York : McGraw Hill .
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (1992). *Marketing.* United States: South – Western College Publishing.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer behavior.* (5th ed.). Englewood Cliffs, N. J. : Prentice-Hall.