

บรรณานุกรม

- แคทรียา ชาบุญมี. การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร (Integrated Marketing Communication) ที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของวัน-ทู-คอต ในทัศนะของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2548.
- ฉัตรชัย ฉัตรเจริญมงคลชัย. การสื่อสารทางการตลาด (IMC) ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2546.
- ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ. กลยุทธ์สื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : เลฟแอนด์ลิฟ, 2546.
- . กลยุทธ์สื่อสารการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : ยูเรก้า, 2548.
- ฉัฐพันธ์ น่วมสำราญ. ภาวะเศรษฐกิจการเกษตรปี 2548 และแนวโน้มปี 2549. วารสารวิชาการปริทัศน์. 14 (1) : 3-7 ; มกราคม, 2548.
- ทิมข่าวประชาสัมพันธ์ ธ.ก.ส. ปิดลงอย่างประทับใจ “เกษตรกร-ธ.ก.ส.-รัฐบาล” กับโครงการพักชำระหนี้. จุลสาร ธ.ก.ส. 29 (331) : 11-17 ; เมษายน, 2547.
- ธงชัย สันติวงษ์. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2540.
- ชนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. การจัดการการตลาด. เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า : กรุงเทพฯ, 2547.
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. การวิจัยภาพลักษณ์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.). วารสารวิชาการปริทัศน์. 12(6) : 17-22 ; มิถุนายน, 2547.
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาสาขากมลาไสย. รายงานประจำปี 2550. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาสาขากมลาไสย, 2547.
- ธनिया คำอารีย์สกุล. การสื่อสารทางการตลาด (IMC) ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปยี่ห้อมามา ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2549.
- ประกาย กิจธิคุณ. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรกับภารกิจในการให้สินเชื่อเพื่อการเกษตรเกษตรกร. วารสารเศรษฐกิจการเกษตร. 2 (590) : 15-17 ; มกราคม, 2549.

- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2547.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : วิสิทธิ์พัฒนา, 2539.
- . การโฆษณา และการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ : เอ.เอ็น. การพิมพ์, 2540.
- . การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์, 2541.
- . นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา. กรุงเทพฯ : ธนรัชการพิมพ์, 2543.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2540.
- เสรี วงษ์มณฑา. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์, 2542.
- อรวรรณ เจริญจิตรกรรม. การสื่อสารการตลาด (IMC) การรับรู้ถึงสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บช.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2549.
- Belch, George and Belch, Michale. **Advertising and Promotion**. Singapore : McGraw-Hill International, 2001.
- Fill, C. **Marketing Communication : Contexts Strategies and Application**. Harlow, England : Financial Times/Prentice Hall, 2002.
- Kotler, Phillip. **Marketing Management : Analysis Planning, Implementation and Control**. 8th ed. Englewood Cliffs, New York : Prentice-Hall, 1994.
- Kotler, Phillip and Gary Armstrong. **Principles of Marketing**. New York : Prentice-Hall, 1996.
- Lovelock, Chistopher H., Vandermerwe, Sanda and Lewis, Barbara. **Service Marketing**. Prtentice Hall Inc, 1996.
- Schiffman, Leon G. and Leslie La Zer Kanuk. **Consumer Behavior**. 7th ed. New Jersey : Prentice-Hall, 2000.