**บรรณานุกรม**

**บรรณานุกรมภาษาไทย**

กนกพรรณ สุขฤทธิ์. (2557). **ส่วนประสมการตลาดบริการและพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น ย่าน Community Mallของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.**วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

กระทรวงศึกษาธิการ. (2550). **การวิจัยและพัฒนา**. http://www.moe.go.th.

ชมภู วิวัฒน์วิกัย (2554). **ความพึงพอใจของผู้ซื้อสินค้าในตลาดสด พระราม 5 จังหวัดนนทบุรี**

สืบค้นเมื่อ : 4 สิงหาคม 2560 สืบค้นจาก : www.rpu.ac.th/Library\_web/doc/RC\_RR/2554\_Manage\_Patcharee-Chompoo.pdf.

ชลธิศ ดาราวงษ์. (2549). ผลิตภัณฑ์ใหม่และกลยุทธ์ทางธุรกิจ.**วารสารวิชาการศรีประทุม.**ชลบุรี

นารีรัตน์ ฟักเฟื่องบุญ. (2544). **ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในศูนย์ จำหน่าย เอส.บี. ดีไซด์ สแควร์ ในกรุงเทพมหานคร** สืบค้นเมื่อ : 4 สิงหาคม 2560 สืบค้นจาก : thesis.swu.ac.th/swuthesis/Man/Nareerat\_F.pdf

นิสาชล ปานจันดี (2557).**แนวคิดและทฤษฎีแรงจูงใจ.** สืบค้นเมื่อ : 1 กันยายน 2560 สืบค้นจาก : digital\_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/55930040.pdf.

บุญชม ศรีสะอาด. (2549). **การวิจัยเบื้องต้น.** กรุงเทพฯ : สุรีริยาสาส์น.

ภัคอร ปุณยภาภัสสร. (2553). **St. Elmo Lewis AIDA Model**. เมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2561 สืบค้นจาก : http://punyapapassorn.blogspot.com/2010/08.

รัฐวัชร์ พัฒนจิระรุจน์ (2557). **ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค** สืบค้นเมื่อ : 2 สิงหาคม 2560

สืบค้นจาก : poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-

behavior.html.

สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2550). **เคล็ดลับการตลาดบริการ.** กรุงเทพฯ: พีซี พริ้นทเทค์.

สุทธิพล อุดมพันธุรัก. (2555). **การคำนวณขนาดตัวอย่างด้วยวิธีของ Taro Yamane**. สืบค้นเมื่อ : 23 มีนาคม 2561 สืบค้นจาก : hpe4.anamai.moph.go.th/Surveillance/data/yamane.pdf

สุทามาศ จันทรถาวร. (2556). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ สินค้าบน Facebook ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). กลยุทธ์การตลาด: **การวางแผนตลาด.** กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์ม และไซแท็กซ์.

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

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญลักษิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์. (2552). **การบริหารการตลาดยุคใหม่.** กรุงเทพฯ : เพชรจรัสแสงธุรกิจ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. (2538). **กลยุทธ์ การตลาดการบริหารการตลาดและกรณีตัวอย่าง.** กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

ศุภร เสรีรัตน์. (2540). การจัดการการตลาด. กรุงเทพฯ: เอ.อาร์.บิซิเนส.

อดุลย์ ก๋องระบาง. (2549).**ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลไม้สดของผู้บริโภคในตลาดสดแม่ริม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่.** สืบค้นเมื่อ : 7 มีนาคม 2561 สืบค้นจาก : [www.rpu.ac.th/Library\_web/doc/RC\_RR/2554\_Manage\_Patcharee-Chompoo.pdf](http://www.rpu.ac.th/Library_web/doc/RC_RR/2554_Manage_Patcharee-Chompoo.pdf)

Crawford, C. Merle, & Di Benedetto, C. Anthony. (2011). **New product management**

(10 th ed.). New York, NY : McGraw-Hill.

**บรรณานุกรมต่างประเทศ**

Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). **Determining Sample Size for Research Activities. Educational and Psychological Measurement**, 30(3), pp. 607-610.

Kotler, P., & Keller, K. (2009). **Marketing management**. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall

McGregor’s (2017). **Theory X and Theory Y**. Understanding People's Motivations https://www.mindtools.com/pages/article/newLDR\_74.htm

Trott, P.(2004). **Innovation management and new product development**. New York, NY: Prentice Hall.