

## บรรณานุกรม

### บรรณานุกรมภาษาไทย

กนกพรรณ สุขฤทธิ. (2557). ส่วนประสมการตลาดบริการและพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร  
**ญี่ปุ่น ย่าน Community Mall**ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

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

ชมภู วิวัฒน์วิภักย์ (2554). ความพึงพอใจของผู้ซื้อสินค้าในตลาดสด พระราม 5 จังหวัดนนทบุรี  
สืบค้นเมื่อ : 4 สิงหาคม 2560 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).

ชลธิศ ดาราวงษ์. (2549). ผลิตภัณฑ์ใหม่และกลยุทธ์ทางธุรกิจ. วารสารวิชาการศรีประทุม. ชลบุรี  
นารีรัตน์ พักเพ็ญบุญ. (2544). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า  
**ของผู้บริโภคในศูนย์ จำหน่าย เอส.บี. ดีไซด์ สแควร์ ในกรุงเทพมหานคร** สืบค้นเมื่อ : 4  
สิงหาคม 2560 สืบค้นจาก : [thesis.swu.ac.th/swuthesis/Man/Nareerat\\_F.pdf](http://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](http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/55930040.pdf).

บุญชม ศรีสะอาด. (2549). การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.

ภักธอร์ ปุณยภาภัสสร. (2553). **St. Elmo Lewis AIDA Model**. เมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2561 สืบค้น  
จาก : <http://punyapapassorn.blogspot.com/2010/08>.

รัฐวิษฐ์ พัฒนจิระรุจน์ (2557). **ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค** สืบค้นเมื่อ : 2 สิงหาคม 2560  
สืบค้นจาก : [poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-behavior.html](http://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-behavior.html).

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

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

สุทามาศ จันทรวาร. (2556). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ  
สินค้าบน Facebook** ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). กลยุทธ์การตลาด: การวางแผนตลาด. กรุงเทพฯ: อีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.

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

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญญา ลักษิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์. (2552). **การบริหารการตลาดยุคใหม่.**

กรุงเทพฯ : เพชรจรัสแสงธุรกิจ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญญา ลักษิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. (2538). **กลยุทธ์**

**การตลาดการบริหารการตลาดและกรณีตัวอย่าง.** กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

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

อดุลย์ ก่องระบาง. (2549). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลไม้สดของผู้บริโภคในตลาดสดแมริม**

**อำเภอแมริม 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](https://www.mindtools.com/pages/article/newLDR_74.htm)

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

NY: Prentice Hall.