

รายการอ้างอิง

หนังสือ

- Frederick F. Reichheld. (2548). The one number you need to grow. *ดัชนีชี้วัดการเติบโตที่แท้จริง* (พิมพ์ครั้งที่ 1) (ฐิตินันท์ อธิฐรัตน์, ผู้แปล) กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เน็ท.
- James E. Ashton, Frank X. Cook. Jr., Paul Schmitz, Adrian J. Slywotzky, Richard Wise, Chris Zook, and James Allen. (2548). Growth Strategies That Work – Again and Again. *กลยุทธ์การเติบโตอย่างถูกต้องและได้ผล* (พิมพ์ครั้งที่ 1) (คมสัน ขจรชีพพันธุ์งาม, ผู้แปล) กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เน็ท.
- Patrick Barwise, Marketer's Toolkit. (2549) . *คัมภีร์นักการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 1) (ปฏิพล ตั้งจักรวรานนท์, ผู้แปล) กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เน็ท.
- กัลยา วาณิชย์ปัญญา. 2545. *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*, กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คณาจารย์ภาควิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอาหาร คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 4) กรุงเทพฯ, สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ทศ คณนาพร. (2548). *กลยุทธ์ เซเว่นอีเลฟเว่น* (พิมพ์ครั้งที่ 1) กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ธนวรรณ แสงสุวรรณ. (2545). *การบริหารการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 2) กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เน็ท
- นิธิยา รัตนานนท์ . (2544). *หลักการแปรรูปอาหารเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์
- ปรมะ สตะเวทิน. (2538). *แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา* ใน *ยุทธ์ รัชศาสตร์* (บก.), สื่อเพื่อการพัฒนา (หน่วยที่ 1-8) กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- ปรมะ สตะเวทิน. (2541). *เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร* หน่วยที่ 1, พิมพ์ครั้งที่ 15. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). *การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี*: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์เพ็ญแข แสงแก้ว. (2540). *การวิจัยทางสังคมศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรารุณี ครุสง. (2538). *จุลชีวินวิทยาในกระบวนการแปรรูปอาหาร* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์

ศักดิ์ สุนทรเสณี. (2531). เจตคติ. กรุงเทพฯ: ดี.ดี.บุ๊คส์สโตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด. ฉบับแก้ไขและปรับปรุง.

[Bangkok] : Diamond in Business World.

สุพงษ์ ไชยชนะเสถียร. 2533. การสื่อสารทางการเมืองในชุมชนที่มีสตรีเป็นผู้นำ. คณะวารสาร
ศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

สุวิมล กิริติพิบูล. (2544). ระบบประกันคุณภาพ ด้านความปลอดภัยของอาหาร HACCP
กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น)

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค, กรุงเทพฯ: ดวงกมลสมัย

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. การบริหารการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.

วิทยานิพนธ์และงานวิจัย

จันทิมา ลิ้มพิพัฒน์กุล. (2550). ทักษะคติและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มาใช้บริการในศูนย์
อาหาร ที่ศูนย์การค้าเทสโก้โลตัส ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม.
(การตลาด), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สุภาพร ชตานนท์. (2550). การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้า
ในร้านเซเว่นอีเลฟเว่นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม.
(การตลาด), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วรรณณา สดุดีชีวิน (2550). ทักษะคิตด้านส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการใช้
บริการส่งอาหารนอกสถานที่ของร้านแมคโดนัลด์ (McDelivery) ในเขต
กรุงเทพมหานคร, สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สุวรรณา งามวุฒิกุล (2549). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง
ประเภทข้าวกล่องยี่ห้อฮีโร่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร, สารนิพนธ์ บธ.ม.
(การจัดการ), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

โชติรส ขจรโรจน์วัจน์. (2549). พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านเซเว่นอีเลฟเว่น กรณีศึกษา:
เขตบางกอกน้อย, งานวิจัยเฉพาะเรื่อง เศรษฐศาสตร์มหัพัตต (เศรษฐศาสตร์
ธุรกิจ), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- สกาย สารรัมย์และคณะ (2548). *ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารแช่แข็งพรานทะเล ในเขต ตลาดฟ้าว กรุงเทพมหานคร, งานวิจัยคอมพิวเตอร์ธุรกิจ (การจัดการ), มหาวิทยาลัย ราชภัฏจันทรเกษม*
- ธนวัฒน์ ตรีโพลา. (2547). *พฤติกรรมผู้บริโภคของข้าราชการกระทรวงพาณิชย์ที่มีต่ออาหารพร้อม บริโภค, สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*
- นันทนา เจริญพิบูลย์ (2546). *ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคอาหารกล่อง สำเร็จรูปแช่แข็งของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร, สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*
- วันชัย อธิญญภูมิกุล (2546). *ทัศนคติของผู้ทำงานในสำนักงานในเขตกรุงเทพมหานครชั้นในที่มีต่อ การบริโภคอาหารประเภทบริการจัดส่งถึงที่, สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- Mike Reid, *FOOD MARKETING IN THE 21ST CENTURY: BUILDING THE CONSUMERMARKETER CONNECTION*. (1999). สืบค้นเมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2552, จาก <http://www.natsoc.org.au/html/papers/reid.pdf>
- Chilled Food Association , สืบค้นเมื่อวันที่ 23 มกราคม 2552, จาก <http://www.chilledfood.org>
- ASTVผู้จัดการออนไลน์. (2550). *อาหารแช่แข็งจาก Mass สู่ Fragment*. สืบค้นเมื่อวันที่ 23 มกราคม 2552, จาก <http://www.manager.co.th/Business/ViewNews.aspx?NewsID=9500000130515>
- บิสิเนสไทย. (2550). *อาหารแช่เย็น-แช่แข็ง วิถีคนยุคใหม่*. สืบค้นเมื่อวันที่ 26 มกราคม 2552, จาก <http://www.bussinessthai.co.th/content.php?data=414776>
- Nano Search. *อาหารกล่องทางเลือกใหม่ของคนกรุง” และ “เมื่อ Life style คนวัยทำงาน เปลี่ยนไปแล้ว”, สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2552, จาก <http://www.nanosearch.co.th/nano2/index.php#>*

Books

- Assael, H. (1995). *Consumer behavior and marketing action*. Cincinnati, Ohio: South western College Publishing.
- Assael, H., (1992). *Consumer Behaviour & Marketing Action*, 4th. Ed., PWS Kent, Boston, MA
- Brehm, Sharon & Saul Kassin. (1993). *Social Psychology*, Boston, Houghton Mifflin.
- Defleur, Melvin, Theories of Mass Communication. (1996) : upgrade
- Etzel, M. J; B. J. Walker, and W.J. Stanton. (2004). *Marketing*, New Delhi: Tata McGraw Hill 13th edition.
- Gibson, E. (2000). *The dependency locality theory: A distance-based theory of linguistic complexity*. In Image, language, brain, ed. Y. Miyashita, A. Marantz & W. O'Neil, Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Gordon Allport. (1978) *Intergroup Relations Prize for "Symbolic Racism versus Racial Threats to 'The Good Life'.* (with D. R. Kinder).
- Herbert C. Kelman. (1958). *Compliance, Identification and Internalization: Three Processes of Attitude Change*, 2 J. CONFLICT RESOL.
- Howard H. Kendler. (1963). *Motivation and Behavior*. (PP, UCSB).
- Katz, Daniel. (1960). *The Functional Approach to the Study of Attitudes*, Public Opinion Quarterly, 24 (2).
- Kotler, Phillip. (1991). *Marketing Management : Analysis, Planning, Implement and Control*. 7th ed. Eaglewood Cliffs : Prentice Hall Inc.
- Kotler. (2003). *Marketing Insights from A to Z*. USA, NJ: John Wiley & Sons.
- Kretch et al. (1962). *Individual in Society: a text book for psychology*. McGraw-Hill Book Company Inc., University of California, USA.
- Lamb, Jr. Charles W., Hair, Jr. Joseph F. and Mc. Daniel. (2000). *Marketing*. 9th ed. Ohio : South-Western College
- Lasswell, H. (1948). *Power and personality*. New York: W. W. Norton.

- Lasswell, H.D. (1948). *The structure and function of communication in society*. In L.Bryson (Ed.), *The communication of ideas*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Lavidge, R.J., and G.A. Steiner. (1961). *A Model for Predictive Measurement of Advertising Effectiveness*. *Journal of Marketing*.
- McGuire, W. & Millman, S. (1965). *Anticipatory belief lowering following forewarning of a persuasive attack*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2, 471-479.
- Millar, F. E. & Rogers, L. E. (1976). *A relational approach to interpersonal communication*. In G. R. Miller (Ed.), *Explorations in interpersonal communication* (pp.67-86). Newbury Park, CA:Sage.
- Mowen, J.C. & Minor.M. (1998). *Consumer Behavior* (5th ed.). Eaglewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Munn, Norman L. (1957). *The Evolution of Mind*, Scientific American.
- Murphy, G., Murphy, L.B. & Newcomb. (1937). T.M. *Experimental Social Psychology. An Interpretation of Research Upon the Socialization of the Individual*.
- Rosenberg, M. J. & Hovland, C. I. (1960). *Cognitive, Affective and Behavioral Components of Attitudes*. In C. I.
- Schermerhorn, J. R. (2000). *Organizational Behavior*, New York: John Wiley & Sons Inc.
- Schiffman, Leon and Leslie Lazar Kanuk. (2000). *Consumer Behavior*, 7th edition, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Schiffman, Leon G. and Kanuk, Lesile Lazar. (1994). *Consumer Behavior*. 5th ed. New Jersey : Prentice Hall.
- Triandis, H. C. (1971). *Attitude and attitude change*. New York: John Wiley and Sons.
- Zimbardo, P. & Ebbesen, E. (1970). *Influencing Attitudes and Changing Behavior*. Reading, Mass. Addison-Wesley.

แหล่งข้อมูลอื่น ๆ

บริษัท ซี.พี.ค้าปลีกและการตลาด จำกัด (กิจการอาหารพร้อมรับประทาน)