

บรรณานุกรม

หนังสือและบทความในหนังสือ

ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ. กลยุทธ์สื่อสารการตลาด. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ทิปปิง พอยท์ จำกัด, 2546.

พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์. "ผู้รับสาร." ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร. หน่วยที่ 6
นันทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2540.

เพ็ญแข แสงแก้ว. การวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร:
โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.

รัตนวดี ศิริทองถาวร. การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2546.

วิรัตน์ แสงทองคำ และทีมงาน. 70 ปีจิราวัฒน์ Central ยิ่งสู้ ยิ่งโต. กรุงเทพมหานคร:
บริษัท แมเนเจอร์ มีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน), 2537.

เสรี วงษ์มณฑา. การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ชีระฟิล์มและ
ไซเท็กซ์, 2540.

เสรี วงษ์มณฑา. การประชาสัมพันธ์: ทฤษฎีและปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ชีระฟิล์ม และ
ไซเท็กซ์, 2542.

อภิรักษ์ สุประเสริฐ. ผลของการเปิดสยามพารากอนต่อธุรกิจห้างสรรพสินค้า. กรุงเทพมหานคร:
ฝ่ายวิจัยธุรกิจ สายงานบริหารความเสี่ยง บมจ. กรุงไทย, 2548.

วิทยานิพนธ์

กนกพร ตันติเสาวภาพ. “การวัดประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานในธุรกิจบริการ.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

ชนิกานต์ สุขสุพันธ์. “แรงจูงใจทางการสื่อสารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมอาบน้ำของนักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549.

บดี บุญวานิช. “ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพการบริการของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

พนิดา ไคว้เจริญ. “ประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในธุรกิจบริการ.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2523.

รัชนิกร ดวงเลขา. “ประสิทธิผลของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าอุตสาหกรรมของผู้บริโภค.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

วันฤดี เตชะอินทรวงศ์. “การสื่อสารการตลาด ณ จุดขาย และพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

เอกสารอื่นๆ

ฝ่ายการวิจัยเศรษฐกิจรายสาขา สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. “การค้าส่งค้าปลีกไทย รายงานทิศทางการเศรษฐกิจและการค้าไทย: ภาคการค้าภายในประเทศ.” กรุงเทพมหานคร: ฝ่ายวิจัยเศรษฐกิจ สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2542.

Books

Assael, H. Consumer Behavior and Marketing Action. 6th ed. Cincinnati, Ohio: South-Western College, 1998.

Boone, L. and Kurtz, D. Contemporary Marketing. 9th ed. Orlando, F.L.: The Dryden Press, 1998.

Kotler, Philip. Marketing Management The Millennium Edition. New Jersey: Prentice Hall, 2006.

Loudon, D. L., and Bella Bitta, A. J. Consumer Behavior. 4th ed. Singapore: McGraw-Hill, 1993.

Schiffman, L. G., and Kanuk, L. L. Consumer Behavior. 7th ed. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall, 2000.

Schultz, D. E. Integrated Marketing Communication. 4th ed. Lincolnwood, Illinois: NTC Business Books: A Division of NTC Publishing Group, 1995.

Shimp, T. A. Advertising, Promotion, and Supplemental Aspects of Integrated Marketing Communications. 5th ed. Fort Worth: Dryden Press, 2000.

Article

Bettman, J. R. "Memory factors in consumer choice: a review." Journal of Marketing, 43 (1979):37-53.

ข้อมูลจาก เวิลด์ ไวด์ เว็บ

บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด. “Annual Report 2006.” <http://www.listedcompany.com/ir/Pn/misc/CPN_AnalystBriefingPresentationQ42006.pdf>. ธันวาคม 2549.

โพสต์ทูเดย์. “ค้าปลีกยังแข่งผุดสาขาสวนปศุสัตว์.”

<<http://www.posttoday.com/thailand2547/kha.html>>. ธันวาคม 2549.

