

บรรณานุกรม

- กฤษฎา ภู่มงคลสุริยา. (2546). การวัดคุณค่าตราสินค้าของสถานบริการน้ำมัน.
วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- กอบกุล เตชะวณิช. (2530). ไมโครคอมพิวเตอร์เบื้องต้นและระบบดำเนินการ.
กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กำพล บัวศรี. (2548). ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์
แบบพกพา (Notebook) ของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี.
วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- กุลวดี ภูะโรจนานนท์. (2545). หลักการตลาด. ปทุมธานี: สถาบันราชภัฏเพชรบุรี-
วิทยาเขตกรณ.
- เจมิกา สงวนพวก. (2549). การรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อคุณค่าตราสินค้าในธุรกิจผู้-
ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี. วิทยานิพนธ์-
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
- จิตรภัทร์ จิงอยู่สุข. (2543). การมีส่วนร่วม ทักษะการตัดสินใจซื้อ ความภักดีต่อตรา-
สินค้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อตราสินค้าความเกี่ยวพันสูงและ
สินค้าที่มีความเกี่ยวพันต่ำที่มีต่อการจัดการตลาดเชิงกิจกรรม. วิทยานิพนธ์-
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชลรัตน์ บรรณเกียนติกุล. (2544). การวัดคุณค่าตราสินค้าในธุรกิจบริการ. วิทยานิพนธ์-
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2544). สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เนรมิตการพิมพ์.
- คารณี พานทอง พาลุสุข และสุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธ. (2542). ทฤษฎีการจูงใจ.
กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เด่นดวง บริสุทธีสวัสดิ์. (2548). การวัดคุณภาพที่ถูกรับรู้ของตราสินค้าเกาหลีและญี่ปุ่น.
วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ตลาดคอมพิวเตอร์แข่งลดราคากระตุ้นยอดขาย. (2552, เมษายน 12-15). *ฐานเศรษฐกิจ*,
หน้า 21

ธิตี บุตรรัตน์. (2541). *การวัดคุณค่าของตราสินค้าในสินค้าประเภทเบียร์*. วิทยานิพนธ์-
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นันทนา บริพันธ์านนท์. (2544). *ความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าตราสินค้ากับปัจจัยที่เกิด
จากการสื่อสารการตลาด*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์-
มหาวิทยาลัย.

นำชัย ทนุผล. (2538). *การวางแผนและประเมินโครงการส่งเสริมการเกษตร*. เชียงใหม่:
มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

นิลุบล คำจุลพล. (2549). *การวัดคุณค่าของตราสินค้าจากมุมมองของผู้บริโภค:
กรณีศึกษาน้ำผลไม้พร้อมดื่มในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา*.

วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล. :

แนวโน้มนำ Notebook เน้น Design. (2548). ค้นเมื่อ 24 ตุลาคม 2553, จาก

<http://www.thainotebook.com/แนวโน้มนำ-Notebook-เน้น-Design.html>

โน้ตบุ๊กแข่งคุเปิดเกมชิงมาร์เก็ตแชร์ โตชิบา-เคลล์-ซัมซุง เครื่องแรงเบียดเอชพีตก.

(2553, กันยายน). *ประชาชาติธุรกิจ*, หน้า 27-28

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (2552). *ตลาดคอมพิวเตอร์: ไตรมาสสุดท้ายปี 2552*

แข่งรุนแรง. ค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2553, จาก <http://www.positioningmag.com/>

[PRNews/PrintPRNews.aspx?id=82810](http://www.positioningmag.com/PRNews/PrintPRNews.aspx?id=82810)

ประเภทของ Notebook. (2552). ค้นเมื่อ 24 ตุลาคม 2553, จาก <http://www.siamnotebook>

[.net/index.php/notebook-buying-guide/35-notebook-buying-guide/58-what-is-](http://www.siamnotebook.net/index.php/notebook-buying-guide/35-notebook-buying-guide/58-what-is-netbook-minilaptop)

[netbook-minilaptop](http://www.siamnotebook.net/index.php/notebook-buying-guide/35-notebook-buying-guide/58-what-is-netbook-minilaptop)

ปิยพรรณ บำรุงตระกูล. (2548). *การรับรู้คุณค่าตราสินค้าผ้าไหมและเครื่องแต่งกายผ้า
ไหมหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

พัชนี เชยจรรยา, เมตตา วิวัฒนากุล และถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์. (2541). *แนวคิดหลัก
นิเทศศาสตร์*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ข้าวฟ่าง.

- มัติกร ใจสุขคี. (2548). การวัดคุณค่าตราสินค้ามหาวิทยาลัยเอกชน. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2537). การวิจัยเชิงปฏิบัติ (พิมพ์ครั้งที่ 2). ม.ป.ท.
- วิริยา สารโจน์. (2543). การรับรู้ทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าที่ตั้งชื่อเป็นภาษาต่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิลาสินี พิมพ์ไพบูลย์. (2549). ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อตราสินค้า. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิญญู สุวรรณเพิ่ม. (2549). เอกสารประกอบการบรรยายเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน. (วิชา TM.760) กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, บัณฑิตวิทยาลัย.
- ศรีณยพงศ์ เทียงธรรม. (2549). *CBBE-Customer-based Brand Equity*. ค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2554, จาก http://www.marketeer.co.th/inside_detail.php?inside_id=5141 :
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ธรรมสาร.
- ส่วนแบ่งตลาดคอมพิวเตอร์แบบพกพาของประเทศไทยไตรมาส 2 ของปี 2553. (2553, กันยายน 13). *ประชาชาติธุรกิจ*, หน้า 27-28
- สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน) และศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. (2551) *สรุปผลสำรวจตลาดเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศไทยปี 2551 และประมาณการปี 2552*. ค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2553, จาก http://www.nectec.or.th/index.php?option=com_content&view=article&id=1865%3A-2551-2552&catid=212&Itemid=790
- สำนักวิจัยและรวบรวมข้อมูลวงการไอที Gartner. (2553). *ยอดขายคอมพิวเตอร์ทั่วโลก ระหว่างไตรมาสแรกของปี 2008-2009*. ค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2553, จาก <http://www.macdd.com/macddv3/index.php/all-news-update/35-news-update/634-Apple-Marketshare-mac-.html>

- สุชา จันทน์เอม. (2544). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- สุดาตวง เรืองรุจิระ. (2543). *หลักการตลาด*. กรุงเทพมหานคร: สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพมหานคร.
- สุภาภัทร คิลกไชยชาญวุฒิ. (2547). *การเปรียบเทียบคุณค่าตราสินค้าระดับโลกและตราสินค้าท้องถิ่น*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุทธา ทองจันทร์. (2548). *การยอมรับคุณค่าตราสินค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2540). *ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วิสิทธิ์พัฒนา.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ธีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- อรัญญา จันทร์กลัด. (2546). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมในการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลที่มีอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- เอกรัฐ แก้วนภารณ์. (2551). *คุณค่าตราสินค้าของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตแพ็คเกจตามมุมมองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต.
- เอกรัตน์ อดวรรณ. (2543). *คุณค่าตราสินค้าในใจผู้บริโภคและการประเมินการขยายตราสินค้าของผู้บริโภค*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไอดีซี. (2553). *สัดส่วนยอดขายจำหน่ายคอมพิวเตอร์ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (ไม่รวมญี่ปุ่น) ตามผู้ค้าแต่ละราย เปรียบเทียบ ปี 2552 และ ปี 2551*. ค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2553, จาก <http://lekasina.wordpress.com/tag/idc/>

- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. New York: The Free Press.
- Aaker, D. A. (1996). *Building strong brands*. London: The Free Press.
- Anantachart, S. (1999). Learning from consumer's brand equity: A marketing communications perspective. *Journal of Communications Arts*, 17(1), 63-81.
- Cobb-Walgren, C. J., Ruble, C. A., & Donthu, N. (1995). Brand equity, brand preference and purchase intent. *Journal of Advertising*, 24(3), 25-40.
- Crimmins, J. C. (1992). Better measurement and management of brand value. *Journal of Advertising Research*, 32, 11-19.
- Dyson, P., Farr, A., & Hollis, N. S. (1996). Understanding, measuring, and using brand equity. *Journal of Advertising Research*, 36(6), 9-21.
- Farquhar, P. H. (1989). Managing brand equity. *Marketing Research*, 1, 24-33.
- IBM Corporation. (2007). *Computer software data processing: Statistical package for the social sciences for windows* (Version 16.0) [Computer software]. Chicago: IBM SPSS.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1-22.
- Keller, K. L. (1998). *Strategic brand management, building, measuring and managing brand equity*. Upper Saddle River, NJ : Prentice-Hall.
- Klapper, J. T. (1967). *The effect of mass communication*. New York: The Free Press.

- Leuthesser, L. (1998). *Defining, measuring, and managing brand equity: A conference summary*. Cambridge, MA: Marketing Science Institute.
- Mackay, M. M. (2001). Evaluation of brand equity measures: Further empirical results. *Journal of Product and Brand Management*, 10(1), 38-51.
- Marston, M. R. (1992). Transferring equity across border. *Journal of Advertising Research*, 32(3), 3-5.
- Motameni, R., & Shahrokhi, M. (1998). Brand equity valuation: A global perspective. *Journal of Product & Brand Management*, 7(4), 275-290.
- Park, C. S., & Srinivasan, V. (1994). A survey-based method for measuring and understanding brand equity and its extendibility. *Journal of Marketing Research*, 31(2), 271-288.
- Schultz, D. E., & Schultz, H. F. (2004). *IMC-the next generation: Five steps for delivering value and measuring returns using marketing communication*. New York: McGraw-Hill.
- Wood, L. (2000). Brands and brand equity: Definition and management. *Management Decision*, 38(9), 662-669.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). New York: Harper & Row.

ประวัติผู้เขียน



ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวอาทิตย์ยา อรรถธิโสตร์
วัน เดือน ปีเกิด	21 กรกฎาคม 2528
สถานที่เกิด	จังหวัดระนอง
วุฒิการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนพิชัยรัตนาคาร จังหวัดระนอง ปีการศึกษา 2546 สำเร็จปริญญาตรีนิติศาสตรบัณฑิต (การโฆษณา) จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ปีการศึกษา 2550
ตำแหน่งหน้าที่ การทำงานปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่ธุรการห้องโสตทัศนูปกรณ์ คลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา

