

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. การวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวด้วย SPSS for Windows / พิมพ์ครั้งที่ 1.
กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- กิตติ สิริพลสก. "การสร้างคุณค่าให้ตราयीหือ," วารสารบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- โกศล ดีศรีธรรม. เทคนิคการจัดการโลจิสติกส์ และซัพพลายเชนในโลกธุรกิจ. กรุงเทพฯ :
อินฟอร์มีเดีย บุ๊คส์, 2547.
- เฉลิมศักดิ์ พัฒนสิน. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อ
สินค้ากลุ่มเครื่องสำอางค์ในร้านเซเว่น อีเลฟเว่นของผู้บริโภคในเขต
กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ, 2552.
- จิตภา ชนาธินาถ. พฤติกรรมการบริโภคของลูกค้าร้านปลีกประเภทโชห่วยในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัย
มหาสารคาม, 2548.
- ฉัตรชัย ดวงรัตนพันธ์. โอกาสธุรกิจและแฟรนไชส์. ฉบับที่ 71 ตุลาคม-พฤศจิกายน. กรุงเทพฯ,
2547.
- ฉัตรศิริ ปิยะพิมพ์สิทธิ์. การใช้ SPSS เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล. สงขลา : ภาควิชาการประเมินผล
และวิจัย มหาวิทยาลัยทักษิณ, 2548.
- ชนาธินาถ หทัยนาถ. พฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้ปกครองสำหรับบุตรอายุแรกเกิดถึงสามปีในเขต
อำเภอเมือง จ. เชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะเศรษฐศาสตร์. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2550.
- ชมานนท์ นาถาบุรุษ. การปรับตัวของธุรกิจค้าปลีกดั้งเดิม. วิทยานิพนธ์. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2548.
- ชลชา ลีบวงค์. การจัดการการสื่อสารตราสินค้าของศูนย์การค้าแฟชั่นไอส์แลนด์. วิทยานิพนธ์
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2553.
- ชญณรงค์ ไฝ่รุ่ง. ผลกระทบของการจัดการความร่วมมือและคุณภาพสารสนเทศที่มีผลต่อ
ประสิทธิผลห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทย. มหาสารคาม :
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2552.

คณชัย บุญยะรัตเวช. Brand Voice. กรุงเทพฯ : เลิฟ แอนด์ เลิฟ, 2546.

ตลาด-อสังหา. “ไบเออร์สตீอर्फ ปลื้มสถิติยอดขาย นีเวีย-ยูเซอริน โดกว่าตลาด 4 เท่า,” แนวหน้า.
22 ตุลาคม 2553.

ณัฐยาตี เหมือนมนัส. ห่วงโซ่อุปทาน. กรุงเทพฯ. (On-line) Available :

<http://nutthayawatee01.blogspot.com/2008/01/supply-chain.html>. 3 มกราคม
2553.

ทิพยา กิจวิจารณ์. วิธีการวิจัยทางการศึกษา. ขอนแก่น. : มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ,
2549.

ธงชัย สันติวงษ์. การเงินธุรกิจ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2536.

———. องค์การและการบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2550.

ธนิต โสรัตน์. การประยุกต์ใช้โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน. กรุงเทพฯ : ประชุมทอง พรินต์ติ้ง กรุ๊ป, 2550.

ธัญมณีสนันท์ พาณิกภัค. คุณค่าตราสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อตราสินค้ากับร้านสะดวกซื้อ ใน
เขตกรุงเทพฯ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548.

ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. กลยุทธ์สื่อสารการตลาดแบบครบวงจร. กรุงเทพฯ : ทิปปิ้ง พอยด์, 2544.

———. การสร้างแบรนด์และการสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : แพค อินเตอร์ กรุ๊ป, 2547.

นงลักษณ์ งามอาจโมสิตวงศ์. การศึกษาภาพลักษณ์ของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่มีผลต่อการตัดสินใจ
เลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2548.

นีเวียประเทศไทย. <http://www.nivea.co.th/home>. 3 มกราคม 2553.

บทความวิชาการเกี่ยวกับการแบ่งธุรกิจรีเทล. (On-line) Available : <http://otvety.google>

[ru/otvety/thread?tid=59a2698ae3b584c4](http://otvety/thread?tid=59a2698ae3b584c4). 17 กุมภาพันธ์ 2553.

บุญชม ศรีสะอาด. การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น, 2545.

ปวีณา เชาวลิทวงศ์. ห่วงโซ่อุปทาน. (On-line) Available : <http://www.ismed.or.th/SME>.
3 มกราคม 2553.

พรรณิภา เจริญสุข. บทบาทของคุณค่าตราสินค้าที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคใน
เขตกรุงเทพมหานครของร้านกาแฟสตาร์บัคส์และบ้านไร่กาแฟ. วิทยานิพนธ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2549.

พิบูล ทิปะปาล. หลักการตลาด : ยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ : มิตรสัมพันธ์กราฟฟิค, 2549.

- เมธิณี เขียงแรง. การศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านค้าปลีกแบบ
ตั้งเดิมกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. เชียงราย :
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 2551.
- ยุทธศักดิ์ กณาสวัสดิ์. ทำนทานธุรกิจค้าปลีกในไทย. วารสารส่งเสริมการลงทุน. กรุงเทพฯ. 2548.
ระดับการกระจายสินค้า. (On-line) Available : <http://www.logisticafe.com/2010/01.3> มกราคม
2553.
- รุจี พนมยงค์ และคณะ. การจัดหาและการบริหารความสัมพันธ์กับผู้ส่งมอบในโซ่อุปทาน.
กรุงเทพฯ : โลจิสติกส์, 2550.
- รุ่ง แก้วแดง และชัยณรงค์ สุวรรณสาร. แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิผลและประสิทธิภาพขององค์กร.
นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, 2537.
- วินัย กุลพรไพศาล. ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านค้าปลีกกางเกงยีนส์มือสองในตลาด
นัดสวนจตุจักร ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2547.
- วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ. กลยุทธ์การจัดการตลาดบริการ. มหาสารคาม : คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 2552.
- . กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์. มหาสารคาม : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย
ราชภัฏมหาสารคาม, 2553.
- วงหทัย ต้นชีวะวงศ์. การบริหารตราสินค้าไทยด้วยกลยุทธ์ Brand Portfolio. กรุงเทพฯ :
ธรรมกมล, 2548.
- วารุณี ต้นคิงส์วานิช และคณะ. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า, 2545.
- วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์. คำบรรยายการสื่อสาร : ทฤษฎีและการประยุกต์. เชียงใหม่ : ภาควิชาการ
ส่งเสริมเกษตร คณะบริหารธุรกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2544.
- . สรุปทฤษฎีการสื่อสาร. เชียงใหม่ : สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2545.
- วิทยา สุหฤทดำรง. การจัดการโซ่อุปทาน. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโด
ไชน่า, 2546.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- ศิริ ภูพงษ์วัฒนา. การจัดการช่องทางการตลาด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2549.

- ศิริพร พุ่มพื้งพุทธร และ กัลยา นามสงวน. “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องสำอางของนักศึกษาามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตเพาะช่าง,” วารสารวิชาการศึกษาศาสตร์. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขตเพาะช่าง, 2549.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา, 2538.
- . การบริหารตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ชรรรมสาร, 2546.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. ธุรกิจทั่วไป : ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์, 2540.
- สมชัย. นีเวียย้าจุดยืน แบนรด์น่าเชื่อถืออันดับ 1. ไอเดีย พลัส. (On-line) Available : http://idealplus1.blogspot.com/2009_05_01_archive.html. 24 พฤษภาคม 2552.
- สรารุช หลิมไชยกุล. คุณค่าตราสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกับร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2553.
- สาธิต พะเนียงทอง. การจัดการโซ่อุปทานเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2548.
- สุปัญญา ไชยชาญ. การบริหารการตลาด พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : พี.เอ.ลิฟวิ่ง, 2543.
- สุวัฒนา วงศ์กระพันธ์. การสื่อสารการตลาด. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2530.
- เสรี วงษ์มณฑา. การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์, 2540.
- . ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : ชรรรมสาร, 2547.
- เสรี วงษ์มณฑาและคณะ. ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : ชรรรมสาร, 2548.
- อนุสรณ์ สุภวงส์. 3 มกราคม 2553. ผู้จัดการเขตการขาย. สัมภาษณ์.
- อัครวุฒิ จารวรรณ. 3 มกราคม 2553. กรรมการผู้จัดการบริษัท เอ แอนด์ เอ แมซ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด. สัมภาษณ์.
- องอาจ ปทะวานิช. การโฆษณาและกลยุทธ์การส่งเสริมการขาย. กรุงเทพฯ : คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2549.
- อรทัย อารีย์พัฒนกุล. ปัจจัยการสื่อสารการตลาดในการตัดสินใจซื้อชุดว่ายน้ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, 2553.
- Aaker, D.A. *Dimension of Brand Personality*. Journal of Marketing Research, 1993.
- . *Building Strong Brand*. New York : Free Press, 1996.
- Bovee, Courtland L. and others. *Advertising Excellence*. New York : McGraw-Hill, 1995

- Cobb-Walgren, C. J. **Brand Equity, Brand Preference, and Purchase Intent.** Journal of Advertising Research, 1995.
- Cullip, S. M. Mel Cooper, Peter Legge. Frank Ogder. **The 7C's of Effective Communication.** 1978. อ้างถึงใน วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์. 2545. เอกสารประกอบการสอนวิชาสรุปทฤษฎีการสื่อสาร. เชียงใหม่ : สาขานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- Daft, R. L. **Organization Theory and Design.** Ohio : South – Western, 2001.
- David A. Griffith, Michael G. Harvey and Robert F. Lusch. **Social Exchange in Supply Chain Relationships : The Resulting Benefits of Procedural and Distributive Justice,** Journal of Operations Management. 24(2006) May, 2006.
- Ferguson, G. Y., and Takane, Y. **Statistical Analysis in Psychology and Education.** 6th ed. New York, 1989.
- Gibson, J. L., J.M.Invacevich and J.H.Donnely. **Management Individual Group and Organization Effectiveness.** Boston, IRWIN, 2003.
- Kotler, P. **Marketing management : Analysis, Planing, Implementation and Control** (9th ed.) New Jersey : A Simon & Schuster, 1997.
- . (12th ed.) New Jersey, Prentice-Hall, 2006.
- Peter Paul J. and Jerry C. Olson. **Consumer Behavior and Marketing Strategy.** 6th ed. Boston : McGraw-Hill Inc, 2002.
- Robert B. Handfield and Ernest L. Nichols. **Introduction to Supply Chain Management.** New Jersey : Prentice-Hall, 1999.
- Savioz, Pascal. **Technology Intelligence in Technology-based SMEs : Design and Implementation of a Concept to Identity, Collect, Analyze, Disseminate and Apply Relevant Information from a Company's Technological Environment to Support Business Decision-making Processes,** Dissertation Abstracts International. 64(1) : 37 – C ; Spring, 2002.
- Schultz, D. E. **Essentials of Advertising Strategy.** (3rd ed.) Lincolnwood, Illinois : NTC Business Book, 1995.