

บรรณานุกรม



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
Copyright© Suratthani Rajabhat University
All Right Reserved

บรรณานุกรม

- กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. (2557). **จำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักร แยกเป็น กรุงเทพมหานครและจังหวัดต่าง ๆ ตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร** [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://stat.bora.dopa.go.th> [2558, มีนาคม 1].
- กรมศุลกากร. (2559). **พระราชกำหนดพิกัดอัตราศุลกากร (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2555 : หมวด 6 ตอนที่ 33 เอสเซนเชียลลอยล์และเรซินอยด์ เครื่องหอม เครื่องสำอาง หรือสิ่งปรุงแต่งสำหรับประพินร่างกายหรือ ประเทืองโฉม (ทอยเล็ตเพรพาเรชั่น)** [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.customs.go.th> [2559, มกราคม 26].
- _____. (2558). **สถิตินำเข้า - ส่งออก** [Online]. [2558, มิถุนายน 22]
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2555). **การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล (พิมพ์ครั้งที่ 20)**. กรุงเทพฯ.
- จันทมาศ ธรรมพรพิพัฒน์. (2553). **ความรู้ความภักดีและคุณค่าตราสินค้าของสมาชิกชุมชนออนไลน์ของตราสินค้าแอปเปิ้ล**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิระประภา สุดสวัสดิ์. (2553). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและคุณค่าตราสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ**. การศึกษาเฉพาะบุคคลบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชลลดา ไชยกุล. (2555). **ภาพลักษณ์องค์กรคุณค่าตราสินค้าและความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัด**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ณนันท สีนุศิริ. (2553). **ภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ขยายจากตราสินค้าของบริษัท สิงห์ คอร์เปอเรชั่น จำกัด**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดวงฤดี อุทัยหอม และสิทธิเสกข์ พิมพ์ธนะพูนพร. (2558). **ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ความเชื่อมั่นกับความภักดีต่อการใช้บริการตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ที่นั่งส่วนบุคคล วอลโว่ ของลูกค้าในเขตจังหวัดภาคใต้**. การประชุมมหาดไทยวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6 วันที่ 26 มิถุนายน 2558 มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา.
- ธนภณ นิธิเชาวกุล. (2556). **โมเดลเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าผลิตภัณฑ์เวชสำอางสมุนไพรไทย**. ดุษฎีนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- นฐพร โอภาสชिरกุล. (2553). **ทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้า ประเทศแหล่งกำเนิด และคุณค่าตราสินค้าของสินค้าแฟชั่น**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). **วิจัยเบื้องต้น** (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- บุปผา ลาภะวัฒนาพันธ์. (2555). **บทบาทและความสำคัญของตราสินค้า**. วารสารสาขาวิชา **วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ คณะนิเทศศาสตร์**, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ผู้จัดการออนไลน์**. (2558). กสอ.ชี้ยุคทองธุรกิจเครื่องสำอาง เร่งเสริมแกร่งขยายตลาดออนไลน์. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.manager.co.th>. [2558, เมษายน 10].
- พนิดา สุขุมจริยพงศ์. (2556). **การรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อและการตัดสินใจซื้อชุดว่ายน้ำของประชาชนในกรุงเทพมหานคร : เปรียบเทียบระหว่างตราของไทยกับตราสหรัฐอเมริกา**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). **วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์**. กรุงเทพฯ : สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เพ็ญโสภา ปิ่นพงศา. (2554). **องค์ประกอบผลิตภัณฑ์และความตระหนักรู้ (Brand Awareness) ในตราสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มชูกำลังเอ็ม 150 ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. การศึกษาเฉพาะบุคคลบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย**. (2558). [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://cebf.utcc.ac.th> [2559, มีนาคม 25]
- เยาวภา ไชยวัฒน์. (2556). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำของผู้ประกอบธุรกิจเงินฝากกักธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- รวีช เมฆสุนทรากุล. (2554). **การรับรู้ภาพลักษณ์ของตราสินค้ามีความสัมพันธ์ต่อความภักดีในตราสินค้าสตาร์บัคส์ (Starbucks) ในเขตกรุงเทพมหานคร**. การศึกษาเฉพาะบุคคลบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- รอยบุญ เลาะห์วิลัย. (2556). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า ความชื่นชอบในตราสินค้าและความภักดีในตราสินค้า กรณีศึกษาของสถานีบริการน้ำมันในประเทศไทย**. ดุษฎีนิพนธ์ ปรัชญาดุสิตบัณฑิตบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554** (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ : ศิริวัฒนาอินเตอร์พริ้นท์ จำกัด (มหาชน).

- วรรณุช กุณฑลสุรگانต์. (2551). **ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการกับความภักดีในตราสินค้า “uni-ball” ของบริษัท อุดมพานิช คอร์เปอร์เรชั่น จำกัด.** วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- ศิวบูรณ์ ธนานุกุลชัย. (2554). **ภาพลักษณ์ตราสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองค่ายญี่ปุ่นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.** การศึกษาเฉพาะบุคคลบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2553). **เครื่องสำอางนำเข้าขยายตัวต่อเนื่อง ผู้ประกอบการไทยเร่งปรับตัว** [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.kasikornreseach.com> [2558, มีนาคม 15].
- เศรษฐวิษฐ์ พรหมสิทธิ์. (2555). **การสื่อสารการตลาด ทศนคติ ความไว้วางใจ กับความภักดีในตราสินค้าผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของผู้ชายวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สมนึก หอมนาม. (2556). **ภาพลักษณ์ตราสินค้าของรถจักรยานยนต์ฮอนด้าและยามาฮ่าในมุมมองของผู้บริโภคในภาคตะวันออกของประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงวิชาการตลาด สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข. (2558). **พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558.** [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://ecosmetic.fda.moph.go.th>. [2558, กันยายน 11]
- สำนักงานคลังจังหวัดสุราษฎร์ธานี. (2558). **รายงานประมาณการเศรษฐกิจจังหวัดสุราษฎร์ธานี.** [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.klangsurat.org> [2558, กุมภาพันธ์ 1]
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2558). **คลังข้อมูลอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและเวชสำอาง.** [Online] เข้าถึงได้จาก: <http://www.nstda.or.th/industry/cosmetics-industry> [2558, พฤษภาคม 22]
- สุนันทา ปิ่นสุวรรณ. (2554). **ปัจจัยด้านคุณสมบัติของพนักงานขาย ที่มีต่อความพึงพอใจในด้านคุณภาพการให้บริการของพนักงานที่ปรึกษาความงามของผู้ใช้บริการสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร (กรณีศึกษาเครื่องสำอางยี่ห้อพายด์)** การศึกษาเฉพาะบุคคลบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุพรรณิ จันทร์ศรี. (2550). **ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความจงรักภักดีในตราสินค้าของเครื่องสำอางระดับบนในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลของคนในเขตกรุงเทพมหานคร.** สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- แสงเดือน วันอุดมเดชาชัย. (2556). **ค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นจากต่างประเทศของผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาโทโครงการการศึกษาการวิจัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- หมะหมุด หะยีหมัด. (2555). **ความภักดีต่อตราสินค้าในมิติเชิงทัศนคติและมิติเชิงพฤติกรรม.** วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- อรัญญา แสงทอง. (2558). **การรับรู้สื่อโฆษณา คุณค่าตราสินค้า และการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี.** วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- อัศววิษณุ เชื้ออารีย์. (2556). **ปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีในแบรนด์ “Greyhound” ของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร. วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ.**
- อัจฉรา มีทองแสน. (2554). **การเปรียบเทียบปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์คุณค่าตราสินค้าที่มีผลต่อความภักดีและพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพระบบดิจิทัลระหว่างตราสินค้า SONY กับ CANON ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.**
- Aaker, D. A. (1991). **Managing brand equity. Capitalizing on the value of a brand name.** New York : The Free Press.
- Aaker, D. A. (1991). **Managing brand equity.** New York : The Free Press.
- Assael, H. (1992). **Consumer behavior and marketing action (4th ed)** Boston : PWA-Kent.
- Biel, A. L. (1997). Discover brand image: The hardness of the softer side of branding. **International Journal of Advertising, 16(3).**
- Cobb-Walgren, Cathy J., Cynthia A. Ruble, and Naveen Donthu. (1995). "Brand equity, brand preference, and purchase intent." **Journal of advertising, 24(3).**
- Ehrenberg, A. S. C., Goodhardt, G. J., & Arwise, T. P. (1990). Double jeopardy revisited. **Journal of Marketing, 54(3).**
- Kotler, P. (1991). **Marketing management : Analysis, planning, implementation, & control (7th ed.).** Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall.
- _____. (2003). **Marketing Management. (11th ed.).** New Jersey : Prentice-Hall.
- _____. (2009). **Marketing management.** Pearson Education: Prentice-Hall.

- Loureiro, Sandra Maria Correia, and Francisco Javier Miranda. (2011). **"Brand equity and brand loyalty in the internet banking context: FIMIX-PLS market segmentation."** Journal of Service Science and Management, 4(04).
- Maketeer. (2558). ตลาดเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://maketeer.co.th>. [2559, มกราคม 10]
- Nelson, M.R. (2002). **Recall of brand placements in computer/videogames.** Journal of advertising Research, 42(2).
- Oliver, R. L. (1999). **Whence consumer loyalty.** Journal of Marketing.
- Schiffman, Leon G., & Kanuk, Leslie L. (2007). **Consumer Behavior** (9th ed.) Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Upamannyu, Nischay K., and Garima Mathur. (2012) **.Effect of Brand Trust, Brand Affect and Brand Image on Customer Brand Loyalty and Consumer Brand Extension Attitude in FMCG Sector.** PRIMA, 3(2).
- Wallapa Sanoachitt (2558). เครื่องสำอางโตเจียบแต่มูลค้ำมหาศาล. ผู้จัดการ[Online] เข้าถึงได้จาก : <http://www.gotomanager.com> [2558, กรกฎาคม 12]
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). **The behavioral consequences of service quality.** Journal of Marketing, 60(2).