

บรรณานุกรม

ขจาริน บุนนาค. 2546. พฤติกรรมการใช้บริการผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.

วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

คณิศร ชาญภัทรวาณิช. 2543. การศึกษาปัจจัยที่มีปัญหาสายตาตัดสินใจเลือกซื้อคอนแทกเลนส์ชนิดใช้แล้วทิ้ง กรณีศึกษาเฉพาะผู้อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

โชติกา ต้นดีวัฒนกุลชัย. 2546. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนแทกเลนส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บรม.(การตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

นิตยสาร Marketeer. 2545. “ACUVUE 2 COLOURS Self Confident มาก่อนแฟชั่น.” [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา : http://www.marketeer.co.th/inside_detail.php?inside_id=4262. (15 ธันวาคม 2551).

น้ำฝน ชุ่มวงษ์. 2546. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนแทกเลนส์ของประชากรในเขตเทศบาลอุดรธานี. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ผู้จัดการออนไลน์. 2549. “บอซฯ ดึง “พัตชอเอฟ2” ฟรีเซ็นเตอร์ ขยายคอนแทกเลนส์กลุ่มวัยรุ่น-ทำงาน.” [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา : <http://www.manager.co.th/Business/ViewNews.aspx?NewsID=9490000129307y>. (15 ธันวาคม 2551).

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2541. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: บจก.ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.

สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร กองปกครองและทะเบียน. 2549. “สถิติจำนวนประชากรและบ้านในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายแขวงและเขต ณ เดือน ธันวาคม 2549.” [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา : http://203.155.220.230/esp/pop_on_Dec49.htm (15 ธันวาคม 2551).

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2543. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อโนชา เขียวลงยา. 2551. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านค้าแว่นตาเซนส์โตร์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระ
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved